

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav českého jazyka a teorie komunikace

Diplomová práce

Kateřina Kozmová

Stereotypy v publicistice z hlediska persvazivní funkce

Language stereotypes in journalism in term of persuasive role

Praha 2009

Vedoucí práce: PhDr. Jasňa Pacovská, CSc.

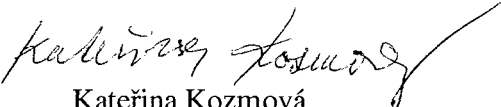
PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce, paní PhDr. Jasně Pacovské, CSc, za ochotu a pomoc při vedení práce a cenné rady, náměty a připomínky, a paní Doc. PhDr. Ireně Vaňkové, CSc., Ph.D., za zapůjčení odborné literatury.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze dne 25. 4. 2009


Kateřina Kozmová

ANOTACE

Tato diplomová práce si klade za úkol popsat a klasifikovat lexikální prostředky, které ve vybraných denících přispívají k utváření některých frekventovaných stereotypů, jako jsou například stereotypy národnostních menšin, profesí, stereotypy genderové či stereotypy pachatelů trestné činnosti.

Teoretickým východiskem práce jsou metody kognitivní lingvistiky, zejména polské entolingvistické skupiny, které jsou usouvztažněny se sociologickými a psychologicky orientovanými přístupy. Součástí teoretické části práce je charakteristika persvazivní a manipulační komunikace.

Excerpčním materiálem pro praktickou část práce jsou texty dvou periodik, Mladé fronty DNES a Pražského deníku v rozsahu dvou ročníků.

Výsledky konkrétní analýzy uvedeného materiálu porovnává autorka s teoretickými východisky práce a zhodnocuje jazykové doklady vybraných stereotypů.

The aim of this diploma thesis is to describe and classify lexical agents which in chosen dailies contribute to the formation of some frequent stereotypes as for example stereotypes of national minorities, stereotypes of professions, gender stereotypes or stereotypes of criminals.

Cognitive linguistics methods are a theoretical ground of this thesis, especially Polish ethnolinguistical groups which are in reference to sociological and psychologically oriented approaches. A characteristic of a persuasive and manipulative communication is a part of the theoretical section of the thesis.

Texts of two periodicals, Mladá fronta DNES and Pražský deník in the range of two annual volumes are an excerptial material for the practical part of the thesis.

The authoress compares concrete analysis results of the above mentioned material with theoretical bases of the thesis and evaluates language proofs of chosen stereotypes.

KLÍČOVÁ SLOVA

stereotyp, stereotypizace, persvaze, kognitivní lingvistika, psychologie, sociologie, mediální komunikace, publicistika, denní tisk

stereotype, producing of stereotypes, persuasion, cognitive linguistics, psychology, sociology, media communication, journalism, daily press

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Filozofická fakulta

Katedra / ústav: ÚČJTK

Jméno a příjmení studenta: Kateřina Kozmová

Datum narození: 19. 3. 1983

Kontaktní adresa: Větrná Hůrka 21, Františkovy Lázně, 35101

Obor studia / kombinace: Český jazyk a literatura

Diplomní obor: Český jazyk a literatura

Název práce v češtině: Stereotypy v publicistice z hlediska persvazivní funkce

Název práce v angličtině: Language stereotypes in journalism in term of persuasive role

Vedoucí práce: PhDr. Jasňa Pacovská, CSc.

Konzultant:

Pokyny k vypracování:

Cílem práce bude popsat a klasifikovat jazykové prostředky využívané k utváření a fixování některých frekventovaných stereotypů (národnostních menšin, sociálních skupin, profesí, sexuální orientace aj.) ve vybraných denících.

V teoretické části práce se diplomantka zaměří na pojetí „stereotypu“ v kognitivní lingvistice a usouvztaží je se sociologicky a psychologicky orientovanými přístupy. Poznatky o jazykovém stereotypu budou ukotveny v teorii jazykového obrazu světa, budou vycházet zejména z prací polské (lublinské) etnolingvistické skupiny. Součástí teoretické části práce bude charakteristika persvazivní (manipulativní) komunikace a jejích typických jazykových prostředků. K manipulačním strategiím bude přistupováno na základě využití sociologických a psychologických poznatků jakožto ovlivňování z hlediska sociologie a psychologie.

Materiálová část práce bude založena na excerptci denního tisku. Bude porovnán jazykový obraz formující stereotypy různých představitelů vybraných národnostních menšin, sociálních skupin, delikventů aj. v MF Dnes a Pražském deníku.

V závěru autorka porovná teoretická východiska práce s výsledky konkrétní materiálové analýzy. Zhodnotí jazykové doklady vybraných stereotypů a výsledky výzkumu z hlediska jazykového obrazu světa a jeho vlivu na reflexi daného výseku skutečnosti.

Doporučená literatura:

- Doubrovová, J.: Sémiotika v teorii a praxi. Portál, Praha 2002
Hayesová, N.: Základy sociální psychologie. Portál, Praha 1998
Homoláč, J.: A ta černá kronika!. Doplněk, Brno 1998
Kolektiv autorů: Zpravodajství v médiích. Karolinum, Praha 2001
Machová, S. – Švehlová, M.: Sémantika & pragmatická lingvistika. Univerzita Karlova, Praha 2001
Reifová, I. a kol.: Slovník mediální komunikace. Portál, Praha 2004
Sborník Kognice 2006. Praha 2006
Szymanek, K.: Umění argumentace. Univerzita Palackého, Olomouc 2003
Vaňková, I. a kol.: Co na srdci, to na jazyku. Kapitoly z kognitivní lingvistiky. Karolinum, Praha 2005
Wierzbicka, A.: Język – umysł – kultura. Warszawa 1999.

Vedoucí práce (podpis): PhDr. Jasňa Pacovská, CSc.

Datum zadání práce: 22. 11. 2006

OBSAH

1. ÚVOD	10
2. METODY	12
3. TEORETICKÁ ČÁST – POJEM STEREOTYP A JEHO RŮZNÁ POJETÍ	14
3.1 STEREOTYP V KOGNITIVNÍ LINGVISTICE	15
3.1.1 Jazykový obraz světa	19
3.1.2 Význam	22
3.1.3 Kategorizace, prototypy	23
3.1.4 Stereotyp a stereotypizace	25
3.2 STEREOTYP V PSYCHOLOGII	30
3.2.1 Postoje	30
3.2.2 Předsudky	32
3.3 STEREOTYP V SOCIOLOGII	34
3.3.1 Scénář	35
3.3.2 Role	35
3.3.3 Sociální schémata	36
3.3.4 Mentální reprezentace	37
3.3.5 Sociální identita	38
3.4. PSYCHOLOGICKÉ A SOCIOLOGICKÉ POZNATKY V KOGNITIVNÍ LINGVISTICE	39
3.5 PERSVAZIVNÍ A MANIPULATIVNÍ KOMUNIKACE	41
3.5.1 Psychosociální vztahy v komunikaci	41
3.5.2 Manipulativní komunikace	42
3.5.3 Principy persvaze	43
3.5.4 Persvaze v psychologii a sociologii	44
3.6 ARGUMENTACE	46
3.7 MÉDIA A MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE	47
3.7.1 Mediální komunikace	48
3.7.2 Mediální manipulace	49
3.8 EXCERPCE DENNÍHO TISKU	50
3.8.1 ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKA	50
3.9 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÝCH DENÍKŮ	52
3.9.1 Mladá fronta DNES	52
3.9.2 Pražský deník	53
4. PRAKTICKÁ ČÁST	54
4.1 METODY ANALÝZY	54
4.2 STEREOTYP A PERSVAZE VE ZPRÁVÁCH Z ČERNÉ KRONIKY	54
4.3 PROFESNÍ STEREOTYPY	57
4.3.1 Zdravotníci	58
4.3.2 Policisté	60

4.3.3 Učitelé	62
4.4 STEREOTYPY NÁRODNOSTNÍCH MENŠIN	64
4.4.1 Romové	65
4.4.2 Ukrajinci, Slováci, Vietnamci	71
4.5 STEREOTYPY SEXUÁLNÍ ORIENTACE A GENDEROVÉ STEREOTYPY	77
4.5.1 Homosexuálové a lesbičky	77
4.5.2 Genderové stereotypy	79
4.6 METAFORA JAKO AKTUALIZAČNÍ PROSTŘEDEK KOMENTÁŘE	83
4.6.1 Obecná charakteristika	83
4.6.2 Tematické členění textu	84
4.6.3 Výrazové prostředky	85
4.6.4 Metafory	87
5. ZÁVĚR	91
6. SEZNAM LITERATURY	94

1. ÚVOD

Média jsou nedílnou součástí společnosti třetího tisíciletí. Snad žádný člověk o sobě nemůže říct, že by byl zcela nedotknutý a nedotknutelný jejich vlivem, ať už jde o vrcholového manažera, pro něhož je nezbytný každodenní přísun nejnovějších zpráv, nebo o příslušníka domorodého kmene v Amazonii, o jehož existenci se svět dozví právě jen díky médiím a jemuž mediální pozornost může obrátit naruby celý dosavadní život.

Nejstarším mediálním prostředkem je periodicky vycházející tiskovina - noviny. Byly tu dávno před rozhlasem, televizí a internetem. Ty nejstarší známé, listy *Relationen*, vyšly ve Štrasburku už roku 1605. V sedmnáctém století se začaly objevovat první týdeníky. Za první deník je považován list *Einkommende Zeitung*, který vycházel v Lipsku. Bylo to v roce 1650. Švédské *Post-och Inrikes Tidningar*, které se ke čtenářům dostaly poprvé roku 1645, vycházejí dodnes (Reifová 2004, s. 164n.).

I když s masovým rozšířením internetu v 90. letech 20. století zřejmě zlatá éra tištěných novin skončila a jejich náklady od té doby pozvolna klesají, i když se vlivem současné ekonomické situace ve světě potýkají s existenčními problémy i deníky, jejichž pozice na globálním mediálním trhu se dosud zdála být neotřesitelná, přesto si denní tisk zachovává velmi vysokou míru působnosti na veřejnost a veřejné mínění. Je totiž finančně i způsobem distribuce dostupný opravdu všem vrstvám společnosti; jeho čtenost je nezřídka otázkou konvence a rodinné tradice; a konečně smyslem a posláním novin není jen informovat, ale také komentovat a hodnotit.

Málokterý deník si zachovává přísnou neutralitu, některé se apriori hlásí k určité politické orientaci, v mnoha zemích je ustáleným zvykem, že noviny otevřeně podporují tu či onu politickou stranu nebo kandidáta. V Česku se s takovým přístupem běžně nesetkáme (s výjimkou periodik vydávaných přímo politickými stranami a hnutími). Přesto ale ve společnosti panují určité předsudky a stereotypy: Mladá fronta DNES je pravicový deník, Právo je levicové a podobně.

I samotné novinové texty jsou však zatíženy stereotypy. Skutečně jsou všechny vraždy *brutální*? Chodí lékaři *v bílých pláštích*? Proč se v případě zločinů spáchaných *homosexuály* nebo *příslušníky národnostních menšin* tyto okolnosti zmiňují? Informují média o učitelích opravdu jen ve spojitosti s *malými platy* a *problémovými žáky*?

O stereotypu slyšíme v souvislosti s novinovými texty velmi často. Není možné se mu vyhnout. Stereotypy nevytváří jednotlivci, ale sdílená společenská zkušenost, kterou následně jednotliví členové společnosti přebírají. Autor textu může proti stereotypu bojovat pouze

neustálou snahou o objektivitu a co největší míru sebekontroly, čtenář pak kritičností, informovaností a schopností nadhledu.

V této práci se budeme zabývat mediálními stereotypy na stránkách denního tisku z hlediska persvazivní (přesvědčovací funkce). O persvazivní funkci, respektive persvazivní komunikaci můžeme hovořit v každé situaci, v níž se jedná o nějaký druh propagace (srov. Doubravová 2008, s. 99).

Cílem práce je popsat a klasifikovat jazykové prostředky, které slouží k vytváření a ukotvení frekventovaných stereotypů (národnostních menšin, profesí, delikventů, sexuální orientace, genderu a dalších), a to na základě analýzy zpravodajských a publicistických textů deníku Mladá fronta DNES a Pražského deníku. MF DNES představuje typ periodika celostátního rozsahu, které se zaměřuje především na komentované zpravodajství o událostech celorepublikového a světového významu. Pražský deník je periodikem regionálním, jehož prioritou je podrobné zpravodajství o dění v daném okrese nebo kraji a co nejtěsnější vazba na čtenáře.

2. METODY

Písemná práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

V teoretické části se zaměříme na vymezení stereotypu z různých hledisek. Stručně shrneme, jaké je „laické“ chápání pojmu stereotyp. Představíme základní teorie a myšlenky kognitivní lingvistiky, pro kterou je stereotyp jedním ze stěžejních termínů. Sledujeme při tom zejména významové konotace, to znamená ty části významu, které odráží vztah uživatele jazyka k mimojazykové realitě. Jde především o rysy postojové a hodnotící.

Stereotyp a stereotypizaci budeme definovat z hlediska sociologických a psychologických přístupů, které se pokusíme propojit s pojetím stereotypu v kognitivní lingvistice.

Součástí práce je charakteristika persvazivní komunikace a jejích výrazových prostředků, popis manipulačních strategií a argumentace a jejich psychologické a sociologické ukotvení.

Zabývat se budeme mediální komunikací, jejími hlavními rysy. Zhodnotíme roli médií z hlediska vlivu a účinku na příjemce.

Vymezíme rozdíly mezi zpravodajstvím a publicistikou a představíme základní pojmy a teorie mediální oblasti, zejména publicistiky, které jsou stěžejní pro analýzu vybraného novinového materiálu.

V praktické části práce provedeme analýzu lexikálních prostředků v konkrétních textech dvou tištěných periodik – Mladé fronty DNES a Pražského deníku. K excerptci je určen rozsáhlý materiál, dostatečně reprezentativní vzorek, jenž umožňuje rozhodnout, které sledované jevy budeme považovat za frekventované a ustálené a které naopak umístíme na periferii.

Analyzována budou vydání obou deníků v časovém rozmezí dvou let, konkrétně od února 2007 do února 2009. Pracujeme rovněž s mediálním archivem Mediasearch společnosti NEWTON media, který obsahuje plná znění zpráv tištěných periodik, internetu a doslovné přepisy zpravodajských a publicistických pořadů v televizi a rozhlasu. Celkově máme k dispozici přibližně 400 různých vydání v tištěné podobě, texty z ostatních vydání zkoumáme prostřednictvím mediálního archivu.

Při našem zkoumání se zaměříme v Mladé frontě DNES zejména na zpravodajské texty v rubrice Z domova a regionální příloze Praha, v Pražském deníku na rubriky Z metropole, Zpravodajství a Černá kronika.

Samostatný oddíl je věnován analýze komentářů a názorů v sekci publicistiky v Mladé frontě DNES, kde sledujeme především aktualizací jazykové prostředky (zejména metafory) jakožto projevy jazykového stereotypu.

Z hlediska výběru témat je naše pozornost upřena zejména k mediálním stereotypům představitelů národnostních menšin, pachatelů trestných činů, zaměřujeme se na stereotypy profesní a genderové.

V závěru diplomové práce porovnáme oba deníky z hlediska konkrétních projevů stereotypizace a persvazivních postupů. Teoretická východiska práce budou porovnána s výsledky materiálové analýzy. Zhodnotíme vyjadřovací prostředky stereotypů. Výsledky praktického výzkumu budou hodnoceny v souvztažnosti s jazykovým obrazem světa a jeho vlivem na vnímání skutečnosti.

3. TEORETICKÁ ČÁST – POJEM STEREOTYP A JEHO RŮZNÁ POJETÍ

S výrazem *stereotyp* se během života setkáváme často. Máme stereotypní práci, bojíme se stereotypu ve vztahu, v restauraci si objednáváme stále táž jídla, někdy může do stereotypu sklouznout celý náš život. I když zrovna v hlavě nenosíme přesnou slovníkovou definici tohoto slova, jsme na základě kolektivního chápání světa a s ním souvisejících jazykových vyjádření přesvědčeni, že stereotyp je něco negativního. Spojujeme si ho se slovy nuda, nezájem nebo třeba strach ze změny.

Výše uvedené pocity se týkají nás samých, našeho vlastního života. Stereotyp je však spjatý také s tím, jak smýšlíme o okolním světě, jak pohlížíme na osoby, události a nejrůznější věci kolem nás. Přemýšlet stereotypně znamená přemýšlet bez námahy, bez snahy získat informace a utvořit si vlastní názor, pohlížet na svět skrze předem daná schémata a předsudky. A přestože předsudek může být i kladný (například všeobecný dojem, že všichni Keňané jsou dobří běžci), cítíme, že jde o něco negativního: před-sudek, před-soudit, tedy soudit předem, bez znalosti faktů.

Akademický slovník cizích slov definuje stereotyp v jeho nejobecnějším významu jako „ustálený, navyklý způsob reagování na něco, jednání nebo provádění něčeho v určitém pravidelném sledu, pořadí; jednotvárný sled něčeho“, charakterizuje ho také jako „ustálenou automatizovanou představu, zjednodušené, otřelé pojetí“ (Akademický slovník cizích slov 2001, s. 711).

Tento stručný popis odpovídá zhruba tomu, jak pojmu stereotyp rozumíme v běžném životě. Stereotypem se však zabývají nejrůznější vědní obory, a to jak disciplíny jazykovědné (kognitivní lingvistika, sémantika, stylistika, frazeologie ad.), tak nelingvistické, například psychologie, sociologie, etnologie či teorie kultury. A stejně jako se hranice mezi jednotlivými vědami posouvají a nejsou ostře a pevně vymezeny (zde hovoříme například o etnolingvistice, sociolingvistice nebo psycholingvistice), také definice stereotypu může být stanovena napříč těmito vědními oblastmi.

Naším cílem je charakterizovat pojetí stereotypu v lingvistických vědách a nelingvistických oborech a pokusit se tyto přístupy vzájemně usouvztažnit.

3.1 STEREOTYP V KOGNITIVNÍ LINGVISTICE

Kognitivní lingvistika staví stereotyp do popředí svého zájmu. Dříve, než budeme definovat pojem stereotypu prostřednictvím tohoto jazykového směru, je třeba charakterizovat samotnou kognitivní lingvistiku jako součást širší skupiny kognitivních věd a vymezit některé základní termíny a teorie, které přináší a s nimiž pracuje, především pak pojem významu a jazykového obrazu světa.

Pojem „kognitivní“ znamená doslova poznávací (z latinského *cognitivus*). Kognitivní vědy stavějí poznávací složku lidského myšlení na první místo.

Vědní obory, kterým souhrnně dodáváme přívlastek „kognitivní“ a které od sebe mohou být často i dosti vzdálené, se zabývají procesy, jež se odehrávají v lidské mysli. Základním tématem, které je těmto vědám společné, je zkoumání lidského myšlení a inteligence, toho, jak lidská mysl pracuje s jazykem a co jazyk vypovídá o mysli. Ptáme se: Potřebujeme jazyk k tomu, abychom mohli myslet, nebo potřebujeme mysl k tomu, abychom vytvořili a chápali jazyk (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 245n., Vaňková 2005, s. 37)? Počátky kognitivních věd spadají do padesátých let 20. století a souvisí s vývojem prvních počítačů.

Mezi kognitivní vědy dnes řadíme především kognitivní psychologii a psycholingvistiku, neurovědy – zejména neurolingvistiku a teorie umělé inteligence, kybernetiku, přináleží sem také filozofie, antropologie či religionistika. Kognitivní věda je typickým příkladem pravé transdisciplinarity (Havel 2000, s. 362). V této souvislosti se nabízí připomenout myšlenku pansofie, kterou už v 17. století prosazoval Jan Amos Komenský. Pansofií rozumíme vědu či filozofický směr, který se pokouší pomocí poznání a propojení všech vědních oborů harmonizovat svět a také například odstranit jazykové bariéry mezi lidmi. Tuto myšlenku nastínil Komenský ve svém spise *Obecná porada o nápravě věcí lidských* a považoval ji za možný způsob nápravy konfliktního světa (srov. Komenský 1992).

Kognitivní lingvistika je poměrně mladá lingvistická disciplína, máme-li na mysli její explicitní časové zařazení. Výlučně se o ní mluví od počátku 80. let 20. století, kdy se formovala zejména ve Spojených státech amerických, záhy pak v Německu a Polsku. Myšlenky a přístupy, které se jí podobají, však existovaly mnohem dříve (například v dílech Herderových, Humboldtových, Casirrerových nebo u Sapira a Whorfa), prvopočátky nacházíme dokonce už v antice u Aristotela (srov. Thagard 2001, s. 11).

„Kognitivní lingvistika vychází z předpokladu, že jazyk vypovídá něco velmi podstatného o principech našeho myšlení, o tom, jak jednotlivé věci a jevy chápeme, hodnotíme a jaký k nim máme vztah. Díky jazykovým prostředkům můžeme usuzovat na charakter lidské mysli

a procesů, které v ní probíhají. Zkoumání jazyka nás tak přivádí k podstatným poznatkům o tom, jak jako lidé přemýšlíme o světě a jak ho prožíváme“ (Vaňková 2005, s. 12).

Po několik desetiletí převládal v lingvistice jako hlavní proud strukturalismus. Tento metodologický směr předpokládá, že svět můžeme popsat a definovat jako komplexní systém, který je vymežitelný inventářem stejnorodých jednotek a sítí jejich vztahů, takzvanou strukturou. Jeho základní teze byly popsány v přednáškách švýcarského jazykovědce Ferdinanda de Saussura, které jeho žáci vydali knižně roku 1916 pod názvem *Kurz obecné lingvistiky* (srov. Saussure 1996).

Od 50. let 20. století se nejprve ve filozofii začíná mluvit o lingvistickém obratu či obratu k jazyku, který v 70. letech proniká přímo do jazykovědy a Gerhard Helbig tento trend označuje pojmem „komunikačně-pragmatický obrat“ či „změna paradigmatu v jazykovědě“. Tento obrat označuje názorovou změnu, se kterou přicházejí někteří filozofové, totiž že pro zodpovězení filozofických otázek je naprosto nezbytné zkoumat a analyzovat jazyk, v němž tyto otázky pokládáme a v němž na ně také odpovídáme. S touto myšlenkou přišel směr analytické filozofie, dnes také nazývaný filozofie obratu k jazyku (srov. Machová – Švehlová 2001, s. 68).

Přenesení problému na pole lingvistiky přispělo k možnosti studovat dosavadní filozofické otázky prostřednictvím jazykovědy. Odklon od pohledu na jazyk jako systém znaků znamenal přesun zájmu na jeho fungování, tedy na komunikaci a otázky s ní související: kdo jsou aktéři komunikace, jaké mají komunikační předpoklady, záměry a cíle. Pozornost byla věnována textu, jeho produkci, recepci a interpretaci.

Jazykovědné zkoumání se posunuje od nižších rovin jazyka k vyšším, tedy od langue k parole, od systémových vlastností jazyka k jeho fungování v komunikaci a následně ke komunikaci samotné.

Komunikace nespadá výlučně do oblasti lingvistiky, a proto byla pro komunikačně-pragmatický obrat charakteristická mezioborovost, propojení a spolupráce různých vědních oborů. Jazykověda začala uplatňovat poznatky z oblasti psychologie a sociologie, a tak se rozšířil i okruh témat, která lingvistika zkoumala (srov. Vaňková 2005, s. 18).

Americký sémiotik Charles William Morris (1903 – 1979) ve své knize *Foundations of the Theory of Signs*, vydané roku 1938, představil koncepci sémiotické situace, ve které rozlišoval tyto členy: znak, designatum (designátem rozumíme druh nebo třídu objektů, denotátem je skutečně existující předmět), interpretans (to, co je interpretováno), interpreta (činitele) a semiosis (proces "braní zřetele").

Zkušenost je podle Morrisse intersubjektivní, tedy společná všem lidem. Význam znaku se proměňuje na základě způsobu jeho užívání.

Mluvíme-li o vztazích mezi znaky, pohybujeme se v syntaktické dimenzi. Pokud přihlížíme k tomu, co je vyjadřováno, a to v souvztažnosti k uživateli jazyka, jde o dimenzi pragmatickou. A jestliže zkoumáme vztah znaku k předmětu, tedy designaci nebo denotaci, uvažujeme v oblasti sémantiky (srov. Doubravová 2008, s. 51n.).

Z hlediska této sémiotické triády (rozdělení sémiotiky na oblast syntaxe, pragmatiky a sémantiky) spadá strukturalismus do syntaktické dimenze, protože zdůrazňuje provázanost jednotlivých prvků jazyka a vztahy mezi znaky daného systému. Komunikačně pragmatický přístup naplňuje dimenzi pragmatickou, neboť se zaměřuje na vztah znaků k jejich uživatelům, na komunikaci a její součásti.

Kognitivní lingvistika je v nejvyšší míře spojena s třetím vrcholem sémiotického trojúhelníku – složkou sémantickou; jejím úkolem je zkoumat vztah mezi znaky a objekty, slovy a věcmi, jazykem a světem (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 246, Vaňková 2005, s. 18), hledat a popisovat významy.

„Právě význam je spolu s kategorizací jedním z nejdůležitějších pojmů kognitivní lingvistiky, propojuje ji se sémantikou. Už B. L. Whorf v 50. letech 20. století řekl, že podstatou lingvistiky a jejím základním cílem je hledání významu“ (Machová - Švehlová 2001, s. 10).

Pojem sémantika můžeme v jazykovědě chápat dvojím způsobem: jako souhrn všech informací předávaných prostřednictvím jazyka (synonymně pak bývá používán termín sémantická dimenze jazyka), nebo jako vědu, která zkoumá význam jazykového znaku.

Sémantikou ve smyslu předávání informací pomocí jazyka se zabýval už Wilhelm von Humboldt (1767 – 1835), který tvrdil, že přes množství různých jazyků existuje jakási jednota obsahu, který je pomocí těchto jazyků sdělován. To je dáno psychologickými zákonitostmi, jež jsou platné pro lidstvo jako celek, a také tím, že všichni lidé vnímají svět stejnými smysly, tedy zrakem, sluchem, hmatem atd. Přesto je však svět, v němž žijeme, různě strukturován a přetvářen konkrétním přirozeným jazykem. Humboldt tento fakt vysvětloval takzvaným jazykovým relativismem, tedy tím, že každý přirozený jazyk (respektive národ, který tímto jazykem hovoří) má svůj vlastní, specifický pohled na svět, který je zapříčiněn „růzností ducha každého národa“ (srov. Machová – Švehlová 2001, s. 10).

Kromě Humboldta můžeme jmenovat i další „předchůdce“ kognitivní lingvistiky. Ernest Cassirer (1874 – 1946), filozof německého původu, představil ve 20. letech 20. století svou filozofii symbolických forem (vyloženou ve stejnojmenné dvoudílné knize); podle ní veškerá

lidská činnost a všechny formy lidské kultury nacházejí svou jednotu v rozmanitosti, ať jde o umění, náboženství nebo vědu. Právě v oblasti vědy je podle Cassirera nejvíce patrné, že tvoření pojmů je pouze vyšším projevem kreativity myšlení. Pomocí myšlení vytváříme schémata, kterými orientujeme celek svého světa. Pojem proto nesmí být chápán jako odraz, ale jako svobodný výtvar.

Protože skutečnost (nahlíženou nejen skrze vědu, ale také prostřednictvím jazyka, umění či mýtu) není možné zredukovat na logiku vědeckého poznání, je třeba najít pojem, který poskytne „vhled“ do všech oblastí kultury. Tímto pojmem je systém znaků. Tento systém je realizován dvěma složkami – něčím „zvláštním“, tj. smyslovým (zvuky, gesta, grafický záznam) a něčím „obecným“, tj. ideálním, které zprostředkovává onu „zvláštní“ entitu. Produkce znaku potom podmiňuje ustanovení ideálního významu, tedy takového významu, který zůstává neměnný bez ohledu na čas a prostor.

Pro možnost konstituovat i takové formy chápání světa, ve kterých nedokážeme jasně rozlišit znak a věc (označující a označované), jako je například mýtus, používá Cassirer pojem symbol. Jazyk, mýtus a věda jsou tři elementární symbolické formy, každá z nich utváří určitý obraz světa a každá specificky uspořádává objekty smyslového vnímání. Symbol má tedy širší význam než znak (srov. Doubravová 2002, s. 71).

Ve třicátých letech 20. století přednesl Američan Edward Sapir (1884 – 1939), strukturalisticky zaměřený lingvista, svou hypotézu vycházející z jazykového relativismu (viz. jazykový relativismus Humboldtův). Přivedly ho k ní výzkumy antropologa Franze Boase, který zkoumal indiánské jazyky a zjistil, že ty se od indoevropských jazyků liší i ve vyjadřování stejných reálií. Sapirova hypotéza tvrdí, že pojetí a vnímání reálného světa je konstituováno jazykovými zvyklostmi konkrétní komunity. Tyto jazykové zvyklosti pak svým způsobem determinují interpretaci reality. Sapir tím vlastně říká, že různé národy žijí v různých světech. Tuto teorii později rozpracoval a prohloubil Sapirův kolega z univerzity Benjamin Lee Whorf. Dnes je tato teorie jazykové relativity známa jako Sapir-Whorfova hypotéza.

Vraťme se nyní explicitně ke kognitivní lingvistice. Jak již bylo řečeno, tato věda se zabývá tím, jak mysl pracuje s jazykem a co jazyk vypovídá o mysli. Zkoumá způsob, jakým člověk poznává svět a jak kategorizuje skutečnost.

Jeden ze základních postulátů kognitivismu tedy zní: Jazyk je součástí poznávání a poznání (cognition), podílí se na tom, jak světu rozumíme, jak ho kategorizujeme, jaký obraz světa si vytváříme a jak ho předáváme dál (Vaňková 2005, s. 21). Kategorizace a význam jsou proto stěžejními pojmy kognitivní lingvistiky. Její podstatnou součástí je zároveň také přemýšlení

o národě a jeho kultuře. Národ je společenství, které sdílí jistý svět, a to na základě společného jazyka a kultury. Jazyk a kultura je to, co nás spojuje s našimi předky a díky čemu přejímáme jejich poznání světa a zkušenosti se světem, zároveň nás svazuje i s našimi současníky. Proto je třeba o jazyk i kulturu pečovat, aby byla stejným způsobem zachována vazba mezi dnešním člověkem a budoucími generacemi (srov. Vaňková 2005, s. 15).

V rámci kognitivní lingvistiky můžeme rámcově vymezit dva hlavní směry: přístup antropocentrický a přístup, který pracuje s jazykovým obrazem světa.

Antropocentrismus vidí zdroj jazykových významů, zdroj myšlení a prožívání v tělesné zkušenosti člověka. Představiteli tohoto proudu jsou zejména George Lakoff a Mark Johnson, kteří se v osmdesátých letech 20. století zabývali zkoumáním metafor. Ukázalo se, že metafora není primárně záležitostí jazyka, ale že jde o jev konceptuální, pojmový. Metafory neužíváme jen při produkci řeči jako aktualizací prostředek komunikace. Metafory ukazují, jak vnímáme okolní svět (i sebe sama). Jsou proto podstatným rysem pojmové soustavy (srov. Lakoff, Johnson 2002).

Metafora znamená přenos poznání v rámci dvou pojmových oblastí: z oblasti zdrojové do oblastí cílové. V myšlení člověka má velmi významnou roli zkušenost lidského těla, jak mu ji umožňují smysly, a zkušenost s pohybem v prostoru, velký význam je přikládán i obraznosti (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 246).

Pro naši práci bude stěžejní druhý přístup, který se výrazně uplatňuje především v polské lingvistice, kde ho reprezentují například Anna Wierzbicka, Jerzy Bartmiński, Ryszard Tokarski nebo Renata Grzegorkowa.

3.1.1 Jazykový obraz světa

Tento směr je založen na základní tezi, podle které se jazyk v různě velké míře podílí na konstituování jazykového obrazu světa (tedy světa, který si vytváříme pomocí jazyka). Pozornost je proto zaměřena na jednotlivce jakožto člena jazykového společenství. Jedině pomocí jazyka strukturuje a konceptualizuje svět, nějakým způsobem mu rozumí a toto porozumění a chápání potom sdílí s ostatními členy svého jazykového společenství.

V centru stojí člověk: člověk hledající své místo ve světě a obracející se k druhému, který je stejně jako on součástí určitého kulturně-komunikačního společenství. Jazykový obraz světa pak vyznačuje roviny jejich možného dorozumění a porozumění, hranice prostoru společné konceptualizace. Zkoumáme-li kontury jazykového obrazu světa, zkoumáme vlastně, „jak jsme“ ve světě, v jakých dimenzích světu rozumíme, jak a odkud k němu přistupujeme (Vaňková 2005, s. 47).

Tento přístup je tedy založen na zkoumání konkrétního přirozeného jazyka a jeho užívání v konkrétních komunikačních situacích. Vymezuje se kognitivní významy slov, výzkumy se opírají o analýzu nejrůznějších textů (včetně textů folklórních, jakou jsou například pohádky, a frazeologie – přísloví, pořekadla, hádanky). Porovnávají se pojmenování v různých jazycích, nejznámějším příkladem je porovnávání názvů barev (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 246n.).

Pojem **jazykový obraz světa** zavedli představitelé polské lublinské jazykovědné školy. Poprvé ho zmínili Jerzy Bartmiński a Ryszard Tokarski v roce 1986 v článku *Jezykowy obraz świata a spójność tekstu*. V Polsku se záhy stal centrálním pojmem kognitivní lingvistiky.

Antropocentrismus a jazykový obraz světa můžeme do základních kognitivistických přístupů včlenit ještě jiným způsobem; a to tehdy, dělíme-li kognitivní lingvistiku podle toho, na co se zaměřuje: na zkoumání mozku, na zkoumání mysli a na zkoumání kultury, což je jakási „kolektivní mysl“ (srov. Vaňková 2005, s. 35).

Zkoumáním mozku je především záležitostí neurověd, v souvislosti s jazykem tedy zejména neurolingvistiky. Postoj k jazyku je zde nahlížen rovněž v souvztáhnosti s teorií umělé inteligence.

Antropocentrický přístup se zaměřuje na zkoumání mysli, a proto má nejblíže k označení **kognitivní** v pravém slova smyslu.

Zatímco představitelé antropocentrismu zdůrazňují lidskou tělesnou zkušenost jako základ vztahu člověka ke světu a zkoumají jevy univerzální, tedy to, co je uživatelům všech jazyků společné, neboť jsou zástupci téhož živočišného (lidského) druhu, zastánci jazykového obrazu světa se zaměřují na konkrétnost, jedinečnost. Berou sice v úvahu onu univerzálnost, ale hlavním předmětem jejich zkoumání je sdílení a paměť, v popředí stojí sociální a kulturní hledisko. Nezabývají se tím, co je společné všem jazykům (respektive jejich mluvčím), ale naopak tím, jaký obraz světa vytváří jeden konkrétní jazyk, případně porovnávají více jazykových obrazů světa navzájem (srov. Vaňková 2005, s. 35).

Pojem jazykového obrazu světa funguje v současné jazykovědě jako nástroj syntézy vědy o jazyku, o jeho stavbě a funkcích. Jazykový obraz světa je mentálním obrazem založeným na běžném vědění o světě, předmětech, událostech i vztazích; obrazem utvářeným v jazyce a dostupným skrze jazyk, jeho gramatickou strukturu a zejména prostřednictvím slovní zásoby s veškerým bohatstvím významů, které poskytuje.

Součástí slovní zásoby je i frazeologie, která uchovává kontinuitu jazyka a o jazykovém obrazu světa vypovídá zásadním způsobem.

„Frazeologie je soubor ustálených spojení. Jsou to pojmenování složená ze dvou i více slov, jež bereme jako pojmenovávací jednotky“ (Bečka 1977, s. 321).

Tato ustálená spojení fungují v jazyce dál, i když se jejich podklad časem zastřel. Jednotlivé složky frazeologické jednotky jsou na sebe již předem významově vázány.

Frazeologismy se ustalují v určitých situacích. Uplatňují se při popisu běžných opakovaných jevů, kdy není důvod formulovat nový výraz. V těchto případech je jednodušší použít již „hotové“ spojení, stereotypní vyjádření (srov. Bečka 1977, s. 322).

Podle J. Bartmiňského současná antropologická lingvistika akcentuje, že jazyk, který slouží jako nástroj předávání informací a je jakýmsi automatickým i proměnlivým prostředkem komunikace mezi lidmi, náleží rovnocennou měrou i do oblasti kultury, a stává se tak klasifikátorem a interpretantem světa. Je-li slovní zásoba zkoumána na poli sémantiky, stejně jako gramatický systém a jeho kategorie času, vidu, rodu či čísla, dochází jejím prostřednictvím k jisté konceptualizaci skutečnosti, tedy její kategorizaci, popisu i hodnocení. Zdůrazňuje se při tom, že kategorizace není odkrývaná, nýbrž nalézaná uživateli jazyka i kolektivní kulturní pamětí.

Jakkoli je možné mluvit o obrazech světa, které jsou vlastní jednotlivým stylům či druhům promluv, dokonce o obrazech nebo vizích obsažených v jednotlivých autorských textech, přesto má největší význam jazykový obraz ve smyslu společného vlastnictví konkrétního společenství, protože v sobě obsahuje soustavu hodnocení vyplývající z celé dosavadní historické kontinuity daného jazyka - národnostní, etnické, regionální nebo třeba profesní. Jazyk, který nese pevně ukotvené stereotypy, vytváří také soudržnost myšlení a pocítování, a v neposlední řadě má vliv rovněž na naše chování.

V jazyce je "uskladněno" také dědictví z oblasti kulturně-jazykové, od nejjednodušších zdvořilostních formulí, jako je třeba oslovení, přes takzvaná okřídlená slova až po celé modely či vzorce druhů promluv, které jsou přizpůsobené okolnostem a odpovídají různým záměrům toho, kdo je pronáší (například přípitek, kondolence, úřední žádost, pomluva, přísloví, modlitba atd.). Díky tomu jazyk funguje zároveň jako "organizátor" kultury a také jako její zrcadlo a archiv, jako prostředek, který uchovává v paměti to, co bylo, a předává tradice nastupujícím generacím (srov. Bartmiński 2007, s. 24-25).

Srovnání se zrcadlem používá i Anna Wierzbicka, která se odvolává až k G. W. Leibnizovi (1646 – 1716), neboť právě ten řekl: „Jazyk je nejlepším zrcadlem lidské mysli.“ Cesta ke zkoumání mysli tedy vede přes zkoumání významů (srov. Wierzbicka 1999, s. 6).

3.1.2 Význam

Kognitivní lingvistika řadí význam mezi centrální pojmy svého zkoumání. Za hlavní cíl jazyka považuje „přenos významů“, s tím potom souvisejí otázky, co to vlastně je význam slova, jak význam vzniká, čím je motivovaný a mnohé další (srov. Vaňková 2005, s. 33).

Neexistuje jediná komplexní definice významu. Jeho pojetí se liší v různých lingvistických disciplínách i filozofických směrech. Jinak jej chápe logika, jinak psychologie, jinak antropologie.

Může být nahlížen jako pojmová hodnota, obsah jazykového znaku, předmět či stav věci, který znak reprezentuje. Bez významu je znak jen prázdná forma (Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 544).

„Význam je myšlenkový obsah vyjádřený jazykovým nebo jiným znakem,“ definuje stručně tento Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost (SSČ 2001, s. 527).

O nalezení odpovědi na otázku, co je to význam, se pokoušeli již antičtí filozofové, Platón ve svých dialozích a Aristoteles v pracích pojednávajících o logice. Ve dvacátém století se objevují například teze, že významem výrazu je entita, kterou výraz denotuje (G. Frege), že výrazem významu se rozumí jeho užívání (L. Wittgenstein) či že významem tvrzení je jeho pravdivostní hodnota. Existuje teorie asociační (J. Locke), biologická (I. P. Pavlov), behavioristická (Ch. Morris), verifikační (R. Carnap) a další. Současné sémantické výzkumy se shodují, že „význam jazykového znaku se v jistém smyslu neustále děje“ (Machová – Švehlová 2001, s. 16).

Britský lingvista Geoffrey Leech vymezil sedm elementárních významů jednoduchého jazykového znaku: konceptuální (nazývaný rovněž denotační nebo kognitivní), kolokační, konotační, sociální, emoční (afektivní, emocionální), reflektovaný a tematicko-rematický.

Konceptuální, kognitivní význam je pro fungování jazyka jako prostředku komunikace nejdůležitější. Je to ten význam, který se vybaví pro danou výrazovou jednotku všem dospělým mluvčím daného jazyka. Tento význam je konstantní během dlouhého časového intervalu a díky tomu dochází v komunikaci k porozumění. Ke konceptuálnímu významu se přidružuje význam **kolokační**, jenž zapřičiňuje, že určité jazykové výrazy se používají pouze v určité kombinaci s jinými výrazy, v ustáleném jazykovém okolí, tj. v jistých kolokacích. Člověk jí ústy, pes tlamou, člověk plave, loď pluje.

Konotační význam je význam, který se u konkrétního mluvčího vyskytuje navíc oproti významu konceptuálnímu a který vzniká na základě individuálních životních zkušeností. Slovo pes může být vymezeno prototypickými sémantickými rysy „domácí zvíře, samčí pohlaví, šelma“, které jsou všem uživatelům společné (o prototypu bude pojednáno níže),

k tomu se ale přidávají i neprototypické znaky, jako například „zlý, neposlušný, hlídací, uštěkaný“ a podobně.

Sociální význam v sobě nese informace o společenských okolnostech užívání výrazu. O mluvčím, prostředí i době, v nichž žije, vypovídá to, jakou variantu jazyka používá, a to na rovině syntaktické, lexikální, morfologické i třeba v oblasti výslovnosti. Je rozdíl mezi komunikáty „Mrkne na tebe ten fešáckej felčar“ a „Prohlédne tě sympatický lékař“.

Emoční význam odráží osobní vztah mluvčího jak k adresátovi, tak k obsahu výpovědi. V některých případech je však těžké odlišit jej od významu sociálního a někdy je emoční význam obsažen už přímo v konceptuálním významu: „Jsi křivák!“

Reflektovaný význam je okrajovou složkou významu. Souvisí s dvojznačností výrazů; mluvíme o něm v případech, kdy jeden znak nese více než jeden konceptuální význam a při jeho užití mluvčím v jednom významu si adresát vždy asociuje i význam druhý.

Tematicko-rematický význam mají pouze složité jazykové znaky, respektive výpovědi (srov. Machová – Švehlová 2001, s. 17n).

V naší práci budeme v rámci lexikálního významu (který je odrazem toho, jak kategorizujeme svět a jak se naše zkušenosti promítají do rámce daného slova) pracovat s členěním významu na složku pojmovou (nacionální, kognitivní, konceptuální) a složku pragmatickou. Do pojmové složky významu je zahrnuta denotativní vrstva, vyjadřující vztah k denotátu znaku (tj. věcnému jádru významu) a vrstva kolokační, do pragmatické složky patří vrstva konotativní a emocionální (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 545).

Zatímco strukturalisté se zaměřují především na denotativní vrstvu pojmové složky, kognitivní lingvistika zkoumá význam z hlediska sémantiky a pragmatiky, které jsou těsně propojené – jazykové vědomí je pevnou součástí vědomí o světě. Pragmatika obsahuje afektivní (emocionální) významy. Konotační významové rysy jsou totiž často spjaté s kontextem a právě hodnocení, postoje, pocity a expresivita odrážejí vztah uživatelů jazyka k mimojazykové realitě (srov. Vaňková 2005, s.28).

3.1.3 Kategorizace, prototypy

Ke kategorizaci dochází vždy, když něco / někoho přestaneme nahlížet jako individuum a začneme je posuzovat jako exemplář určitého druhu (moje matka – žena, zdravotní sestra atd.).

Lidé vnímají, reflektují a rozlišují věci - a také jejich vlastnosti, činnosti, děje, okolnosti i samo vnímání – jako součásti uspořádaného celku. To, že se nám svět jeví uspořádaný,

umožňují psychologické mechanismy, které se podílejí na kategorizačních procesech. Kategorizace tvoří půdorys našeho konceptuálního systému (Vaňková 2005, s. 67).

Termín „kategorie“ byl zaveden už v antice Aristotelem, s jeho pojetím ale kognitivisté polemizují. Podle Lakoffa je Aristotelova koncepce založena na schématu nádoby. Nejprve je náhodně zvolen nějaký pojem a poté se zkoumá, je-li možné ho odvodit z nadřazených rodových pojmů. Tak dospěl Aristoteles k celkem deseti kategoriím, z nichž nejdůležitější jsou substance, kvantita (množství), kvalita (vlastnost) a relace (vztah). Protože myšlení pracuje v pojmech a k správnému myšlení je třeba správných pojmů, je potřeba tyto pojmy jasně definovat. Pak mohou spadnout do konkrétní nádoby – třídy, ve které se ocitnou s dalšími pojmy, jejichž obecné znaky jsou shodné. Ke shodným znakům je ovšem zároveň třeba dodat ty, kterými se konkrétní pojem odlišuje od ostatních pojmů téže třídy. Definice pojmu – jeho kategorizace – je tedy dána znakem oddělovacím a znakem spojujícím. Zatímco Aristoteles vede ostrou hranici mezi prvky uvnitř a vně nádoby, kognitivní lingvistika pracuje s konceptuálním schématem „centrum – periferie“ (srov. Störig 1993, s. 131, Vaňková 2005, s. 72n.).

Anna Wierzbicka uvádí, že existují dva přístupy ke kategorizaci světa: přístup klasický, jak je prezentován právě Aristotelem, a přístup prototypový, který spojuje především s E. Roschovou a L. Wittgensteinem. Obvykle jsou tyto dva přístupy stavěny proti sobě s tím, že klasické pojetí je mylné a pojetí prototypové je správné. Wierzbicka ale považuje konfrontační nahlížení těchto dvou přístupů za nešťastné řešení. Potřebná je spíše jejich syntéza, ne vyzdvihování jednoho nad druhé. V sémantické analýze je místo pro prototypy, ale rovněž i pro „invarianty“, neboť se navzájem nevylučují (srov. Wierzbicka 1999, s. 27).

Prototyp je centrální příklad nějaké kategorie, ten, který uživatelé daného jazyka považují za nejlepší, nejrepresentativnější a proto ho nejčastěji uvádějí; obecně asociuje jistou kategorii (Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 349). Prototyp je jakýsi ideální reprezentant. Ostatní členy kategorie s ním pojí různě velká míra podobnosti. Prototyp má všechny typické předpokládané vlastnosti, ostatní zástupci dané kategorie je mít mohou a nemusí.

Kognitivisté tak staví proti sobě (neprávem, jak zdůrazňuje Wierzbicka) kategorie přirozené, dané prototypovou definicí, a kategorie logické (vědecké), které odpovídají vymezení, jež stanovil Aristoteles. Zatímco v prvním případě jsou hranice mezi kategoriemi neostře a jedna nenásilně přechází v druhou, v logické definici stojí na prvním místě pojem, který musí být jasně a jednoznačně definován. Aristelova klasifikace je proto užitečná pro zkoumání tzv. objektivních jazyků a stylů (příkladem může být komunikace s administrativním úředníkem oproštěná od konotačních významů), prototypy se naopak hodí

pro popis přirozeného obrazu světa, který zahrnuje subjektivitu, emoce, hodnocení a postoje. Uplatňují se třeba při zkoumání běžné komunikace, uměleckých textů či folkloru (srov. Vaňková 2005, s. 83).

3.1.4 Stereotyp a stereotypizace

Pojem stereotyp bývá většinou chápán jako víceméně synonymní s pojmem prototyp, liší se však kontexty jejich použití. Prototyp se uplatňuje zejména v (kognitivní) psychologii a psycholingvistice, stereotyp je spojen spíše se sociologií, sociolingvistikou, sociální psychologií, ale i etnologií, kulturologií, literární vědou či filosofií. Stereotyp představuje tedy spíše něco „vnějšího“, se společenským a kulturním rozměrem, zatímco prototyp je záležitostí „vnitřní“, probíhající v mysli (srov. Vaňková 2005, s. 85).

Jakýmsi „programovým manifestem“ lublinské etnolingvistiky se stal *Slovník lidových stereotypů jazykových* (*Słownik ludowych stereotypów językowych*, 1980), později se ujal název *Slovník lidových stereotypů a symbolů* (*Słownik stereotypów i symboli ludowych*). Jeho cílem bylo zrekonstruovat texty a také etnografickou dokumentaci obrazu světa a člověka v polské lidové kultuře, která nečerpala a nečerpá jen ze sebe samé, ale i napříč společenskými a teritoriálními hranicemi (srov. Bartmiński 2007, s. 32).

Etnolingvistika se zajímá o jazyk v souvislosti s myšlením a kulturou národa. Právě v ní nachází zastání teorie jazykového relativismu. Kolik existuje jazyků, tolik existuje různých světů, ve kterých žijeme. Mluvčí různých jazyků mají různé kulturní zázemí, vyrůstají v odlišném prostředí. Díky mateřskému jazyku pohlíží na svět specifickým způsobem a chápou ho způsobem, který je nepřenosný (srov. Černý 1996, s. 403-407).

Etnolingvistika zkoumá především samotný vztah jazyka a národa (etnické skupiny). Díky své silné humanistické orientaci bývá volně zaměnitelná s pojmem antropolingvistika, která studuje explicitně vztah jazyka a kultury daného etnika. Ambicí etno- a antropolingvistiky je popsat jazyk nejen jako nástroj společenské komunikace, ale také jako součást kultury. Jazyk je neobyčejný tím, že v sobě nese nejen rysy nějaké kultury jako celku, nejen inventář jejího bohatství, ale také ukazuje způsoby konceptualizace a kategorizace věcí, systém hodnocení, hlediska a zachované společné postoje vůči světu. Jazyk je ve svém výsledku tou součástí kultury, která garantuje její jednotnost výše než cokoli jiného (srov. Bartmiński 2007, s. 32, Čermák 2004, s. 53).

Víra, lidové zvyky, tradice, rodinné vztahy a kultura – to vše je poznatelné prostřednictvím jazyka, proto jej etnolingvistika staví na první místo. Zkoumá jej v jeho zachované společné struktuře i v konkrétních komunikačních situacích, snaží se zjistit, co je pro jazyk jako součást

a aspekt kultury příznačné, proč je jejím živlem, její „zemí i vzduchem“. Etnolingvistika se snaží vyjít z jazyka, aby pronikla do člověka, do jeho způsobu chápání světa.

Hranice etnolingvistiky, respektive antropolingvistiky, nejsou pevně vymezeny. Překrývají se mezi sebou navzájem a společný průnik mají též se sociolingvistikou. Ne všechno je ale vysvětlitelné pomocí těchto přístupů, ne vždy můžeme přesně definovat, co je podmíněno kulturou. Například dvojí anglické pojmenování pro prst (*finger* pro prst na ruce a *toe* pro prst na noze) oproti jedinému pojmu v češtině je dílem náhody a nelze ho vykládat jako projev kultury.

Problematika vzájemných vztahů mezi jazykem a kulturou je velmi široká a obtížně vymežitelná. Bartmiński formuluje nejdůležitější teze, které jako výsledek zkoumání těchto vztahů stojí v popředí zájmu entolingvistiky:

- Kulturní funkce jazyka jako *sui generis* (svého druhu) společenské instituce. Zachycuje formulování skutečnosti pomocí symbolů, uchovává dědictví generací minulých i zaznamenává to, co přinášejí generace následující. Vytváří pouto mezi jednotlivými uživateli jazyka. Modeluje skutečnost dodáváním vytvořených vzorců.
- Vnitřní, stylová diferenciaci jazyka, její postata a dosažené úrovně. Jestliže jazykový styl pomocí různých jazykových prvků vytváří určitý soubor hodnocení, pak stylové rozrůznění může být vykládáno jako ukazatel různých postojů člověka vůči světu, konstituovaných danou kulturou. Praktický přístup použijeme v každodenní mluvě, přemýšlivý ve stylech náboženských či uměleckých, velitelský tón se objevuje často při úředních jednáních.
- Různé typy, vzorce výpovědí odpovídající komunikační situaci a záměrům mluvčího, faktorům axiologickým (hodnotovým), které jsou vymezeny osobou mluvčího v různých typech promluv (epos, hádanka, pověst, přípitek, žádost apod.).
- Gramatické a sémantické kategorie jazyka z hlediska jejich funkcí.
- Slovník (slovní zásoba) jazyka jako klasifikátor kolektivní zkušenosti. Zahrnuje v sobě bohatství různých tematických tříd lexika (například pojmenování týkající se obecného hodnocení i morálních ocenění, pojmenování pocitů, rodinných vztahů i různých společenských situací), také jádro názvosloví sloužícího k popisu pohledu na svět a uspořádání jevů a událostí je možné získat metodami sémantickými (srov. Bartmiński 2007, s. 33-34).

Ve *Slovníku lidových stereotypů jazykových* byla představena koncepce stereotypu jako součásti jazykového obrazu světa. Lublinští entolingvisté v něm stanovili vědecký přístup, cíl i metody práce. Slovník je sémantický a rekonstruuje lidový obraz světa, představy o světě.

Pojetí stereotypu je předvedeno na konkrétních příkladech (například slunce, kůň, tolar, kukačka, oheň apod.).

Slovník má ideografický charakter. To znamená, že heslovými jednotkami nejsou slova, jak je tomu v klasickém slovníku, ani jim odpovídající reálný předmět (jak by tomu bylo v encyklopedii), nýbrž sémantický korelát, který stojí mezi slovem a s ním korespondujícím objektem v realitě. Takový typ slovníku si vyžádal nový typ definice, která byla nazvána definicí **kognitivní**. Ta spojuje jazykové i mimojazykové poznatky o daném pojmenování a charakterizuje určitý objekt či jev z hlediska toho, jak ho v daném jazyce vnímá průměrný rodilý mluvčí (srov. Bartmiński 2007, s. 44).

Pojem stereotyp má interdisciplinární ráz. Poprvé jej použil americký sociolog Walter Lippmann v roce 1922. Rozvíjen byl v sociologii a psychologii, jako součást komunikace, historie literatury i kultury a nakonec i filozofie jazyka. Bartmiński však připomíná paradox, že ačkoli všechna bádání shodně zdůrazňují spojení stereotypu s jazykem, uznávající ho za jednu z jeho nejdůležitějších částí, sami jazykovědci tomuto pojmu nevěnovali příliš pozornosti.

Výraz stereotyp vznikl spojením řeckých slov *stereo* (tvrdý, pevný) a *typtein* (razit, tisknout). V původním významu to byl termín z tiskařského odvětví, kterým se rozuměl tisk z trvalého odlitku sazby nebo nezměněný reprint původního vydání. Lippmann tento pojem převzal pro metaforické vyjádření „obrazu v lidské hlavě“, který zachycuje události, osoby či předměty schematicky a jednostranně, a současně si uživatel jazyka na tyto entity přebírá názor od svého okolí a soudí je dříve, než je pozná vlastní zkušeností. Vycházel při tom z předpokladu, že není v silách člověka uchopit a pochopit realitu v celé její šíři a komplexnosti, a proto si vytváří zjednodušené konstrukce, pseudosvět, které mu pomáhají se orientovat ve světě skutečném.

Lublinští entolingvisté (konkrétně J. Bartmiński v úvodní stati výše zmíněného slovníku) charakterizují stereotyp následovně:

„(Stereotyp je) zobrazení předmětu, zformované v jistém společném zkušenostním rámci a vymezující, čím předmět je, jak vypadá, jak působí, jak s ním člověk nakládá; toto vymezení je ustálené v jazyce a patří do společného vědomí o světě“ (Vaňková 2005, s. 85).

Lingvisté se shodují, že stereotypizace, tedy schopnost redukovat, zevšeobecňovat a zjednodušovat, je neoddelitelná od podstaty přirozeného jazyka, který se opírá o kategorizaci jevů a také o konvenci a reprodukování (bez toho by ostatně dorozumívání bylo nemožné). Stereotyp je proto nutnou součástí společného jazyka i kódu kultury.

Stereotypizace se rozhodně neomezuje výhradně na lidi, etnická, regionální či profesní společenství. Týká se i různých společenských situací, postojů, chování, výtvorů lidských rukou a všeho, s čím se lidé setkávají ve svém prostředí – tedy zvířat a rostlin, neživých částí přírody i přírodních jevů. Souhrnně jde o vše, co běžný člověk pozná a osvojí si k svému užitku, z čeho si vytváří pevný model světa a svého chování v něm.

Renata Grzegorzczkova upozorňuje na skutečnost, že zatímco ve spojení s věcmi se užívá častěji pojem prototyp, kdežto stereotyp souvisí obvykle s lidmi (srov. Vaňková 2005, s. 84). Lublinská škola se však při zkoumání stereotypů neomezuje jen na lidské bytosti, naopak vztahuje pojem k jakýmkoli denotátům.

Prvořadou otázkou není to, koho se stereotyp týká, ale spíše to, jak je utvářen, z čeho se skládá a jak funguje. Stereotypy mají buď podobu „vzoru“, tedy něčeho idealizovaného, a nebo „obrazu“, který jevy zobrazuje takové, jaké „reálně jsou“. V zásadě platí, že obrazy zahrnují osoby a jevy více vzdálené, nekonkrétní, skupinové či hromadné; vzory platí pro jednotlivé osoby, pro jevy „blízké“. Obrazem můžeme nazvat například stereotyp nějakého národa (Skotové jsou spořiví), typickou ukázkou vzoru je pak stereotyp rodinných příslušníků (babička je vždycky hodná a laskavá).

Jinou klasifikaci stereotypů používá finský badatel Jaakko Lehtonen (Lehtonen 1994). Rozčleňuje je do čtyř kategorií:

- jednoduchý autostereotyp: **My** si myslíme něco **o sobě samých**. *My studenti jsme věčně hladoví a bez peněz.*
- jednoduchý heterostereotyp: **My** si myslíme něco **o nich**. *My ženy si myslíme o mužích, že nechtějí dávat najevo city.*
- projektovaný autostereotyp: **Oni** si něco myslí **o nás**. *Děti si myslí o nás, rodičích, že jsme staromódní a usedlí.*
- Projektovaný heterostereotyp: **Oni** si myslí něco **o sobě samých**. *Muži si o sobě myslí, že jsou lepší řidiči než ženy.*

U takto dělených stereotypů je zřejmé, že jednotlivé kategorie nemohou být striktně odděleny. Je třeba si uvědomit, že každý člověk zastává v životě velké množství různých rolí, ať z hlediska společenského, národnostního, rodinných vztahů nebo třeba politického či náboženského přesvědčení. Jeden člověk může být zároveň synem i otcem, občanem nějaké země a současně přistěhovalcem s jinou státní příslušností, řidičem i chodcem... Repertoár rolí je neomezený a nemusí rozhodně stát v protikladu. Lehtonenův model je navíc pouze dvoučlenný, pracuje jen se základním typem vztahu, z něhož vzniká stereotyp: protikladem

my – oni. Není možné do něj začlenit třeba formulace typu: *My Plzeňané si myslíme o Brňácích, že nemají rádi Pražáky.*

To, jaké stereotypy pronášíme, záleží na našem úhlu pohledu. Člověk se přirozeně nechce začlenit do skupiny, která je vnímána nějak negativně, a naopak touží být součástí nějakého úspěšného a kladně vnímaného společenství. Řekneme spíše „Češi jsou líní“ než „my Češi jsme líní“, a naopak budeme-li určitou skupinu, k níž také náležíme, za něco chválit a představovat ji pozitivně, je pravděpodobné, že tak učiníme v první osobě množného čísla. Výmluvným příkladem jsou čeští sportovní fanoušci. Ve chvíli, kdy se sportovcům daří, slyšíme většinou komentáře, kde je kladen důraz na MY. „To jsme jim to zase nandali, tak jsme opět vyhráli.“ Taková formulace dodává dojem sounáležitosti, jako kdyby se na vítězství podíleli všichni společně. Naopak porážky bývají komentovány s odstupem ve třetí osobě plurálu: „Ti ten zápas úplně zkazili. Dneska si nezasloužili vyhrát.“

Z hlediska formálního je stereotyp v jazyce vyjádřen:

- lexikální kategorizací – soud o dané entitě je ukotven již v samotném pojmenování: *barevní, Pražáci, bažanti, zbohatlíci, rákosníci.*
- indexickými výrazy – založenými na ukazování a kontextově zapojenými: *my / oni*
- lokalizačními výrazy – vymezenými v čase a prostoru: *tady / tam, ve městě / na venkově, v dětství / v dospělosti, v Česku / na Slovensku.*

Stereotypní je i kulturně a společenské vázané pojmání a vnímání času a prostoru (*včera / dnes / zítra*), ale také jednotlivých míst a jevů: *vpravo / vlevo, nahoře / dole, život / smrt* apod. (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 442).

3.2 STEREOTYP V PSYCHOLOGII

Psychologie je věda, která zkoumá lidské chování, duševní procesy a tělesné prožívání a vzájemné vztahy mezi nimi. V rámci filozofie se začala formulovat už ve starověku, kde byla chápána jako „učení o duši“. Věnovali se jí Platon, Demokritos či Aristoteles, na které pak navazovali další učenci.

Hlavním pojítkem mezi psychologií a lingvistikou je od počátku zájem obou oborů o lidskou řeč. V psychologii se během jejího vývoje objevila řada přístupů (biologický, behaviorální, psychodynamický, fenomenologický či transpersonální), pro naši práci o stereotypu je však nejvýznamnější psychologie **kognitivní**, která je rozvíjena od začátku sedmdesátých let minulého století.

Kognitivní psychologie se zaměřuje především na poznávací procesy v lidské mysli. Zkoumá smyslové poznávání, představivost, fantazii, schopnost rozhodovat se a řešit problémy, myslet abstraktně a učit se. Zkoumány jsou komplexně všechny složky procesu zpracovávání informací: jejich percepce, analýza, interpretace, kódování, ukládání, také však vyhledávání, vyhodnocování a přetváření na informace nové (srov. Černý 1996, s. 348n., Sedláková 2004).

3.2.1 Postoje

Lidé často hovoří o tom, jaké postoje zastávají, či jaké zastává někdo jiný. Co přesně však postoji rozumíme?

Definic je celá řada. Souhrnem lze však říci, že postoje jsou naučené předpoklady pro reakci, ať pozitivní, nebo negativní, na nějakou osobu, předmět, událost či jev. Jsou to stabilní systémy hodnocení, emočních pocitů a technik jednání. Nejsou jen množinou myšlenek vztahujících se k nějaké entitě, ovlivňují i naše chování. Liší se však názory na to, zda se lidé chovají v souladu se svými postoji (srov. Hayesová 2007, s. 95-96).

Postoje bývají většinou popisovány prostřednictvím tří dimenzí, které přispívají k celku:

- kognitivní dimenze – týká se názorů a myšlenek, která máme o předmětu postoje (tato dimenze postoje je nejbližší lingvistickému termínu *stereotyp*). *S tchyní je těžké vyjít, nikdy se jí nemohu zavděčit.*
- emocionální dimenze – týká se toho, co cítíme k předmětu postoje, tedy emocí a emocionálních reakcí. *Konverzace s tchyní je ironická, kousavá a většinou má formu hádky, kdy obě strany zvyšují hlas a uchylují se k invektivám.*

- konativní (behaviorální) dimenze – týká se sklonů k chování či jednání ve vztahu k předmětu postoje. *S tchyní se chci setkávat co nejméně a pokud možno jen v přítomnosti manželky, která zmírňuje napětí.*

Definice postojů se různí podle toho, kterou z těchto dimenzí upřednostňují. Pro celkový vývoj postoje jsou však nezbytné všechny tři (srov. Hayesová 2007, s. 96).

Důležité je rozlišovat mezi postoji a názory. Náзор je neutrální, postoj zaujímá hodnotící stanovisko, náš pocit ve vztahu k objektu. Indikátorem postoje je výběr lexikálních prostředků – při vyjadřování postojů obvykle používáme emočně zabarvené jazykové výrazy.

Postoj lze rovněž rozpoznat tím, že souvisí s hodnotami, s obecnými principy, které stanovují, co je morální nebo společensky přijatelné a požadované. Podle společenských hodnot (norem) posuzujeme chování svoje i chování jiných lidí. Postoje, které vyjadřujeme svým chováním, však nemusí vždy korespondovat právě s názory. Lidé si často něco myslí, ale jejich chování vyjadřuje něco jiného. Příkladem je třeba zdvořilostní konverzace s někým, koho nemáme rádi. Společenské normy nás přimějí chovat se mile a přátelsky k někomu, kdo je nám nesympatický. Náš osobní názor se potom neslučuje s postojem, který dáváme najevo navenek.

Postoje připomínají stereotypizaci, jak byla vyložena v předchozím oddíle, také tím, že jejich pomocí si zjednodušujeme svět, jeho chápání. Svými postoji kategorizujeme. Pokud se například dítě spálí o horká kamna, zapamatuje si tento špatný zážitek, vytvoří si ke kamnům negativní postoj a v budoucnu bude podle tohoto postoje ke kamnům přistupovat. Nebude nutné, aby stále znovu zažívalo negativní zkušenost.

Postoje rovněž slouží jako vyjádření a utužování sounáležitosti s nějakým společenstvím. Pokud máme shodné postoje s dalšími lidmi, dáváme tím najevo, že se jim podobáme. Naopak zaujmeme-li opačný postoj než daná skupina, demonstrujeme tím svou odlišnost. Zde vidíme paralelu s Lehtonenovými autostereotypy a heterostereotypy: Já jsem součástí skupiny, se kterou se identifikuji (*já patřím mezi fanoušky Slavie*). Já jsem součástí skupiny, která si myslí něco o vás (*já a všichni moji kamarádi jsme slávisté a nemáme rádi Spartu*).

Postoje zachycují také nevědomé motivy a vnitřní stavy, které si sami neuvědomujeme, a spojují je s událostmi a jevy, které se odehrávají v našem okolí. Postoj vytvořený k vnějšmu objektu tak odráží to, co prožíváme – často nevědomky – uvnitř. Prožívá-li například někdo vnitřní konflikt kvůli svému vztahu s rodiči, i veřejně potom může vyjadřovat skepsi a nedůvěru k bezproblémovým mezigeneračním vztahům.

Postoje mají tedy tři funkce: hodnotit (čili kategorizovat), sociálně se přizpůsobovat a externalizovat (srov. Hayesová 2007, s. 97n.).

Stejně jako stereotypy, i postoje jsou velmi trvalé a rezistentní vůči změnám. Nechuť ke změně, ať už ze strachu z neznámého či z pohodlnosti, je živnou půdou pro stereotypy. Pokud už k nějaké změně postojů dojde, probíhá velmi pozvolna a týká se spíše okrajových jevů. Jinými slovy, i když má muž úžasnou tchýni, nezmění to zřejmě jeho všeobecný pohled na tchyně, jak ho sdílí s celým společenstvím.

Někteří badatelé zastávají teorii, že postoje jsou záležitostí genetiky, že jsou nám vrozené. Většina je však považuje za něco, co se naučíme. Otázkou zůstává, jestli se je učíme pouhým napodobováním druhých, nebo i podmiňováním – tedy tím, že za jejich vyjádření budeme odměněni nebo potrestáni.

Některé výzkumy (srov. Hayesová 2007, s. 100) naznačují, že imitační prostředí může být daleko účinnější než přímý trénink. Postoje si tedy osvojujeme pouhým napodobováním druhých a nemusíme se je přímo učit.

Není ale pravdou, že vůči tomu, co je nám neznámé, si nevytvoříme žádný postoj. Je ale například velmi obvyklé, že zaujímáme postoje vůči lidem, se kterými se vůbec nestýkáme. Mohlo by se dokonce zdát, že čím méně toho o něčem víme, tím extrémnější postoj vůči danému jevu máme.

Stejně jako v případě zkoumání stereotypů v lingvistice se i psychologové zabývají nejen postoji, ale i tím, jak dochází k jejich změně. Jak je možné druhé lidi přesvědčit, aby změnili názor? Výzkumy se snaží nalézt řešení, jak omezit předsudky (o nich bude pojednáno níže) a zachytit kognitivní aspekty změny postojů.

Podle F. Heidera (1944, srov. Hayesová 2007, s. 102n.) se lidé snaží dosáhnout kognitivní rovnováhy – tedy toho, aby jejich postoje byly v souladu s postoji ostatních. Pokud k souladu nedojde, vzniká kognitivní nerovnováha, která je pro člověka stresující. Tato disonance se objevuje tehdy, když si naše postoje odporují; buď proto, že nejsou vyvážené, nebo proto, že se nacházejí v přímém rozporu. Vzniklé napětí odstraňujeme změnou postojů nebo přidáním dalšího postoje, díky kterému nahlížíme situaci jiným způsobem.

3.2.2 Předsudky

„Předsudek je fixovaný, předem zformovaný postoj k nějakému objektu projevující se bez ohledu na individualitu nebo povahu tohoto objektu. Člověk, který má předsudky, nezvažuje při posuzování druhých žádná alternativní vysvětlení. Výsledek jeho interpersonálního hodnocení je dopředu určen nějakou libovolnou vlastností toho druhého“ (Hayesová 2007, s. 121).

Ačkoli předsudky mohou být nejen záporné, ale i kladné, většina psychologických výzkumů i všeobecné mínění se zaměřují především na ty negativní, z nichž největší pozornost je upřena na předsudky etnické. Ty jsou pro společnost největším nebezpečím. Jejich nejmírnější fáze se omezuje na očerňování (pomluvy apod.), později ale může přijít na řadu izolace dané etnické skupiny od zbytku společnosti, diskriminace (v zaměstnání, občanských právech ad.), dokonce tělesné napadání a v nejextrémnějších případech, o kterých se bohužel můžeme v historii přesvědčit, dochází k vyhlazování (srov. Hayesová 2007, s. 122).

Velká část výzkumů o předsudcích je založena na teorii o vrozené povaze lidské agrese. Předsudky jsou pak chápány jako následek naší snahy ochraňovat své teritorium a bránit jedince, se kterými máme společné geny. Kdo se nechová v souladu s těmito pravidly, u zbytku společenství vzbuzuje nedůvěru. Biologické přístupy jsou ale příliš redukcionistické a nepřihlížejí k jiným aspektům lidského prožívání.

Někteří lidé jsou k předsudkům náchylnější než jiní. Je to dáno mimo jiné i výchovou. Pokud bylo dítě vychovááno příliš přísnými rodiči, je pravděpodobnější, že bude mít později sklon svou v dětství potlačovanou agresi ventilovat vůči okolnímu světu.

Kromě výchovy hraje ve vytváření předsudků velkou roli i kulturní prostředí, z něhož člověk pochází a ve kterém žije. Je-li daná kultura tolerantní a bez předsudků, bude takový zřejmě i jedinec, který je jí formován, a naopak.

Rozhodujícím faktorem pro vytváření předsudků je způsob, jakým se snažíme vysvětlit okolní svět. Při vytváření předsudků se uplatňují tři kognitivní mechanismy, které popsal H. Tajfel v roce 1969 (srov. Hayesová 2007, s. 126):

- kategorizace – způsob, jakým třídíme informace; stěžejní je proces stereotypizace (viz. pojem kategorizace v kognitivní lingvistice, kapitola 3.1.3)
- asimilace – způsob, jakým se učíme hodnotit; dvojice slov dobrý / špatný, hodný / zlý apod. se používají s neměnnou platností a slouží jako prostředek kategorizace
- hledání koherence – způsob, jak vysvětlit a ospravedlnit vlastní postoj

D. W. Bethlehem shrnul v roce 1985 deset principů etnických předsudků (srov. Hayesová 2007, s. 126). Pro naši práci jsou stěžejní tyto:

- Existují dva druhy předsudků, které na sebe navzájem působí: první je dán osobnostními rysy, druhý má základ ve špatné informovanosti a potřebě minimalizovat kognitivní úsilí.
- Čím méně informací o nějakém objektu máme, tím spíše se při jeho posuzování uchýlíme ke stereotypům.

- Postoje a stereotypy akceptované společností jsou známe naprosté většině jejích členů a výrazně ovlivňují lidské chování.
- Předsudky přetrvávají / mění se v souladu se společenskými normami.
- Předsudky korespondují s inteligencí, vzděláním a příslušností ke společenské vrstvě.
- Generace přebírají předsudky od generací předchozích (děti od rodičů a příbuzných).

Není asi možné odstranit veškeré předsudky natrvalo ze společnosti a lidské mysli natrvalo. K jejich omezení jsou potřeba především tyto podmínky: rovnoprávné postavení aktérů, osobní kontakt, podpora společnosti, příležitost ke spolupráci, kontakt s nestereotypními jedinci.

K odstranění stereotypizace může posloužit opakované setkávání s objekty / jedinci, kteří se výrazně odlišují od pojetí stereotypu dané skupiny. Pokud bude ten, kdo trpí předsudky, vytrvale konfrontován s takovou situací, bude mít stále těžší své stereotypní vnímání udržet.

3.3 STEREOTYP V SOCIOLOGII

Sociologie je společenská věda, která se zabývá strukturou lidské společnosti a zákonitostmi jejího vývoje, zkoumá sociální život jednotlivců, skupin i společností. Už v antice se někteří filozofové (Platon, Aristoteles, Sokrates) věnovali systému fungování společnosti, především však v souvislosti s politikou a způsobem vládnutí.

V 19. století, éře velkých politických a společenských změn, vyvstala otázka, jak by měla být společnost správně organizována. Název „sociologie“ poprvé použil v roce 1839 francouzský filosof August Comte v díle Kurz pozitivní sociologie. Rozvoj nastal ve 30. a 40. letech 19. století a společenské jevy začaly být poprvé zkoumány vědeckými metodami. Comte navrhl dva směry sociologického bádání – statický, zkoumající jevy v daném okamžiku, a dynamický, který sledoval historický vývoj a změny ve společnosti.

Sociologické bádání se ubírá pěti hlavními směry. Zkoumá:

- biosociální a geografické podmínky společenského života, tj. etnickou, věkovou či rasovou příslušnost
- sociálně ekonomické struktury společnosti, tj. příslušnost k společenským třídám a vrstvám, povolání, rodinné vztahy, zájmové skupiny
- společenské, pracovní a technické podmínky výroby, tj. sociologii průmyslu, techniky, práce a řízení
- formy společenského vědomí, tj. kulturu, veřejné mínění, výchovu, vzdělávání, jazyk ad.

- společenské instituce, tj. sociologii státu, politiky ad.

Stěžejní otázkou, kterou si klade sociologie, je: Proč se lidská společnost mění a jaké jsou naše reakce na změny? (srov. Černý 1996, s. 390)

Člověk je tvor společenský. Jeho primární potřebou je kontakt s jinými lidmi. Pohybuje se v různém kulturním, životním, sociálním či rodinném prostředí. Každé z těchto prostředí ovlivňuje, co děláme, jak to děláme a co si myslíme.

3.3.1 Scénář

Jedním ze základních mechanismů každodenní sociální interakce je scénář. To, jak se chováme, je často sledem předem plánovaných úkonů, které ovlivňují naše jednání a umožňují ostatním účastníkům dané situace i nám samotným očekávat průběh dalších událostí a podle toho k nim přistupovat.

Aktérům komunikace je na základě scénáře jasné, co mají v kterou chvíli říct či jak se zachovat, bez ohledu na to, zda se navzájem znají, nebo se nikdy nesetkali. Vše probíhá zavedeným, *stereotypním* způsobem podle předem daných regulí. Pokud někoho pozdravíme, očekáváme, že nás rovněž pozdraví. Popřejeme-li někomu u stolu dobrou chuť, je jeho úkolem říci „děkuji, nápodobně“. V divadle na konci představení tleskáme. V čekárně u lékaře vstupuje do ordinace v pořadí, v jakém jsme přišli. Pokud se někdo podle scénáře nechová, vzniká nesoulad, který je v rozporu se společenským míněním a narušuje sociální interakci (srov. Hayesová 2007, s. 9n.)

3.3.2 Role

Každodenní život se odehrává podle nějakého scénáře. Zůstaneme-li v divadelní terminologii, pro správné hraní scénáře je nutné, aby herci znali své role.

V běžném životě hraje každý z nás nepřeberné množství rolí, dlouhodobých (manžel, učitel, syn, kolega v práci) i časově omezených (cestující v tramvaji, pacient u lékaře, návštěvník koncertu, host v restauraci). Tyto úlohy nám předepisují určitý způsob chování k jiným lidem, kteří se zase podle svých rolí chovají k nám. Některé role se navzájem prolínají, jiné nejdou „hrát“ současně – učitel se nebude ve škole chovat jako návštěvník koncertu, pacient nemluví s lékařem jako s kolegou v práci.

Tyto sociální role se vždy odehrávají v páru, protože jsou založeny na vztahu k jiné osobě, na komunikaci s ní. Učitel mluví jinak s ředitelem školy, jinak se žákem, jinak s žakovými rodiči. Skutečnou osobnost člověk nejvěrněji odráží, když se setká s někým, kdo vystupuje ve stejné či korespondující roli: učitel s učitelem, manžel s manželkou, otec se synem.

Velkou část rolí si postupně zautomatizujeme a bez přemýšlení je dokážeme hrát ve chvíli, kdy to komunikační situace a sociální kontext vyžadují.

Neučíme se pak pouze role, které sami potřebujeme. Přebíráme i úlohy, které vidíme u jiných lidí, jen je nevyužijeme hned. Přesto odpozorovaný způsob chování přejímáme v rámci sociálního učení. Osvojujeme si vzorce (stereotypy) sociálního jednání, které pak dovedeme aplikovat na příslušné situace. V některých případech mohou role dokonce potlačit osobnostní rysy. Ocitne-li se člověk ve skupině, s níž chce být v sociálním souladu, může snadno podlehnout vlivu této skupiny a hrát role, které jsou od něj očekávány a které korespondují se zájmy skupiny, ačkoli jsou v rozporu s jeho skutečnou osobností (srov. Hayesová 2007, s. 10n.).

3.3.3. Sociální schémata

Sociální vědomosti jsou uchovávány v pružných rámcích, které řídí naše chování. Tyto rámce používáme při jednání s ostatními v závislosti na tom, jaký je náš vzájemný společenský vztah, naše schéma rolí (například žák – učitel, lékař – pacient, matka – dcera a naopak).

Pokud se s někým seznámíme blíže, nepřemýšlíme už o něm jen v souvislosti s rolemi, v jakých ho známe. Náhodného spolucestujícího ve vlakovém kupé máme spojeného pouze s touto rolí. Pokud se ale blíže seznámíme a ze spolucestujícího se stane náš známý, kamarád či partner, vytvoříme si postupně schéma osoby, které zahrnuje naše chápání dané osoby, jeho osobnostní rysy. Toto schéma se aktivuje vždy, když s tímto člověkem komunikujeme nebo děláme něco, co se ho týká.

Schémata si vytváříme i o sobě samých. Je to představa, kterou máme sami o sobě a kterou během života různě upravujeme a přizpůsobujeme podmínkám. Představa o vlastní osobnosti je daná zkušenostmi a pozorováním a hodnocením vlastního chování.

Sebeschéma používáme v nejrůznějších situacích, když zvažujeme, jestli daná situace a to, jak ji máme řešit, odpovídá tomu, jací jsme. Například pokud má o sobě nějaká žena ustálenou představu, že jí nesluší červená barva, nekoupí si v obchodě červenou sukni, i když se jí třeba líbí. Podle stereotypu, které si vytvořila o sobě samé, pro ni taková sukně není přijatelná.

Sociální schémata neovlivňují pouze jednání, řídí také poznávání – kognici. I naše vzpomínky závisí na tom, jaká schémata uplatníme při jejich zapamatování.

Schéma je model, který zachycuje zákonitosti každodenního společenského styku a fungování společenského vědomí. Seskupuje různé druhy sociálního vědění, které užíváme,

strukturalizuje sociální zkušenosti a pomáhá nám porozumět tomu, co se děje kolem nás (srov. Hayesová 2007, s. 11n.).

„Schéma nepředstavuje jakousi podstatu pojmu, třeba pojmu pes, ale to, co je pro psa typické. V pojmech je třeba vidět jakési stereotypy, nikoli definici podmínek“ (Thagard 2001, s. 77).

3.3.4 Mentální reprezentace

Pojmy scénář, role a schéma (míněné zde jako sociologické termíny) můžeme konfrontovat s pojmy kognitivní vědy, jak je vykládá Paul Thagard (srov. Thagard 2001):

Znalosti v mysli mají formu **mentálních reprezentací**, které jsou rozříděny do různých kategorií: pravidla, pojmy, představy či analogie. Tyto reprezentace stejně jako scénář, role a schéma usnadňují komunikaci a chápání světa. Příkladem je třeba mentální reprezentace, kterou si žák na základě svých zkušeností s různými vyučujícími vytvoří o učiteli. Ví, co od něj čekat, jak se k němu chovat.

„Kognitivní věda předpokládá, že v hlavách lidí probíhají mentální procesy, které manipulují s mentálními reprezentacemi. Výsledkem zpracování jsou myšlenky a činy“ (Thagard 2001, s. 19).

Mentální reprezentace jsou hodnoceny nejen na základě toho, co vyjadřují, ale také podle své použitelnosti, takzvané výpočetní mohutnosti. Výpočetní mohutnost je odvozena z míry úspěšnosti, s jakou se reprezentace vypořádává s řešením problémů, s učením a s jazykem.

Do řešení problémů je zahrnuto uvažování lidí v okamžiku, kdy mají splnit nějaký úkol: plánování, rozhodování a následně vysvětlení – proč k daném události vůbec došlo a proč jsme se rozhodli právě pro toto řešení.

Učením rozumíme schopnost poučit se z předchozích zkušeností. Na základně opakujících se situací si osvojujeme určité postupy, které nám v budoucnu pomáhají rozhodovat se rychleji a snadněji, než tomu bylo dříve (srov. s psychologickým termínem postoj, viz. oddíl 3.2.1).

V oblasti jazyka zkoumá teorie mentálních reprezentací především schopnost člověka jazyku porozumět, schopnost tvořit výpovědi a univerzální schopnost dětí naučit se jazyku (srov. Thagard 2001, s. 68n.).

Jsme-li poprvé postaveni před nějaký úkol, který máme vyřešit, použijeme nejspíše jakási univerzální pravidla. Pokud se tato pravidla osvědčí, budeme příště postupovat opět podle nich – podle vypracovaného scénáře. Každé další řešení úkolu už potom není hledáním nového postupu, ale aplikací scénáře, který se pro danou situaci ukázal jako úspěšný.

Tento postup však funguje jen tehdy, máme-li dostatek informací, které jsou přesně aplikovatelné na daný problém.

„Scénáře jsou velmi užitečné v případech, které se často opakují, ale mohou být brzdou pro plánování v nových podmínkách, na něž se stávající schémata jednoduše přiřadit nedají.“ (Thagard 2001, s. 83).

3.3.5 Sociální identita

Na naše chování a názory mají vliv jiní lidé - všichni, kdo nás obklopují. Velmi silně na nás působí vrstevníci, zejména v době dospívání, kdy rodina ztrácí funkci hlavního zdroje sociálního vědění.

Pokud se neztotožňuje s vrstevníky, můžeme své chování přizpůsobit (samozřejmě je zde i možnost paralelního vlivu) referenční skupině. Do té zahrnujeme lidi, jejichž chování schvalujeme, a proto ho považujeme za svůj vzor. Příkladem jsou třeba známé osobnosti (zpěváci, herci, sportovci), které se stávají vzorem pro mladé lidi.

Ztotožnění s nějakou skupinou neovlivní jen naše jednání v rámci této skupiny, ale současně i chování k jiné skupině. S příslušníkem jiného společenství jednáme jinak než se členem toho, k němuž náležíme.

Potřeba sociální identifikace je dána dvěma základními faktory: Jedním je sklon rozdělovat a zařazovat věci do kategorií, a to v případě lidí, předmětů i událostí. Druhým důvodem je hledání všeho, co nám umožňuje mít o sobě dobré mínění. Tyto dva motivy ovlivňují naše vazby k jiným lidem.

Kategorie, do kterých přiřazujeme osoby, samozřejmě nejsou rovnocenné, různé sociální skupiny mají různou moc a prestiž. Každý člověk si přeje být součástí co nejvýše postavené skupiny. Pokud přísluší k některé „nižší“, snaží se o změnu: buď tím, že ji opustí či se od ní distancuje, nebo tím, že se pokusí změnit to, jak na ni pohlíží jiní lidé.

Vnímání a posuzování lidí podle jejich příslušnosti k sociálním skupinám je elementární součástí lidského myšlení o světě. Vycházejí z něj další společenské procesy – formují se společenské normy a vznikají stereotypy a předsudky. Potřeba sociální identifikace je základní součástí lidského sociálního vědomí (srov. Hayesová 2007, s. 13n.).

3.4. PSYCHOLOGICKÉ A SOCIOLOGICKÉ POZNATKY V KOGNITIVNÍ LINGVISTICE

V předchozích oddílech jsme se zabývali vymezením stereotypu v kognitivní lingvistice a tím, jak stereotyp pojímá psychologie a sociologie.

Kognitivní lingvistika jako součást širší skupiny kognitivních věd se neobejde bez přesahů do jiných oblastí, bez poznatků z nejrůznějších vědních oborů, které spojuje stejný zájem: proniknout do tajů a zákonitostí lidského myšlení, poznávacích procesů, chápání světa, jeho uchopení prostřednictvím jazyka.

Kognitivní lingvistika, psychologie a sociologie pracují se stereotypem jako s jedním ze stěžejních pojmů. Terminologie se částečně různí, částečně prolíná, smysl je však stejný: poznat, proč a jak stereotypy vznikají. Jsou vrozené, nebo naučené – a pokud ano, kým? Jak proti nim bojovat?

Kognitivní lingvistika hledá odpověď na otázku, jak chápeme jednotlivé věci a jevy okolo nás, jak je hodnotíme, jaký k nim máme vztah. Zkoumá, jak se naše rozumění světu promítá do jazyka. Analýzou jazykových znaků zase zpětně získává poznatky o tom, jak jako lidé přemýšlíme o světě a jak ho prožíváme.

Základní perspektivou jazykovědného zkoumání v rámci kognitivní lingvistiky se stala hluboká vnitřní provázanost jazyka, kultury a každodenního života národního společenství – to, jak mluvíme, jak nás ovlivňuje naše okolí, co si myslíme a jak se chováme.

O národě přemýšlíme jako o společenství, které sdílí jistý svět. Sdílí ho na základě společného jazyka a kultury. Díky nim je každý člověk spojen jak se svými předky, tak se svými současníky, a podílí se na zachování společné paměti pro budoucí generace.

Stereotyp, jak ho vidí kognitivní lingvistika, je nedílnou součástí přirozeného jazyka, který se opírá o kategorizování věcí a jevů. Stereotypizací zjednodušujeme, redukujeme a zevšeobecňujeme svět. V pracích polské lublinské školy se objevují ve víceméně synonymním významu pojmy stereotyp a prototyp. Zatímco prototyp je spíše záležitostí „vnitřní“, odehrávající se v naší mysli, stereotyp je jeho vnější podoba, tedy to, jak v mysli utvořené prototypy promítáme do jazyka (viz. oddíl 3.1.3).

Také v rámci psychologie, jejímž primárním předmětem zkoumání je člověk, jeho duševní procesy, chování a tělesné prožívání, má stereotyp významnou roli. Psychologie zkoumá postoje, tedy to, jak se podle předem daných pravidel smýšlíme o světě. Postoje definuje jako naučené předpoklady pro naši reakci. Jsou to stabilní systémy hodnocení, které nám usnadňují orientaci ve světě. Ne vždy odpovídají našim názorům, tedy tomu, co si opravdu myslíme.

Korespondují s tím, co bychom si myslet *měli*, aby to bylo v souladu a kognitivní rovnováže s okolím.

Předsudky jsou vyhraněnou formou postojů, které při posuzování druhých nepřipouštějí žádné alternativní vysvětlení než to, které je předem zafixované. Stěžejní podíl na jejich vytváření má výchova a kulturní prostředí, v němž žijeme.

Sociologie pracuje s pojmy role, scénář a schéma. Jde opět o vyjádření něčeho předem daného, naučeného, zde ve smyslu našeho chování k ostatním. V každodenním životě hrajeme velké množství rolí podle předem daných scénářů a v souladu se zaběhnutými schématy. Důvodem je potřeba sociální identifikace, tedy souladu se skupinou, do níž náležíme nebo náležet chceme, nebo naopak vyjádření odlišnosti od některé skupiny.

Pokud se podle předem daných pravidel nechováme, vzniká nesoulad a disonance, která sociální identifikaci narušuje.

Kognitivní lingvistika, psychologie a sociologie docházejí různými cestami ke stejnému závěru: Stereotyp není vrozený, je to odraz našeho myšlení o světě, které je ovlivněno kulturním prostředím, v němž žijeme. Přispívá k němu výchova a sociální zázemí. Stereotyp je formován kolektivní pamětí předávanou z generace na generaci. Některé stereotypy jsou společné více národům, jiné se spojují výhradně s jediným společenstvím.

Pro stereotypy nahlížené lingvisticky, psychologicky i sociologicky platí, že:

- čím jsou jevy „vzdálenější“, více „zvnějšku“, tím větší tendenci k jejich stereotypizaci máme (méně informací znamená více předsudků)
- k věcem, s nimiž nemáme osobní zkušenost, přebíráme předem dané postoje, které zaujímá společnost, k níž náležíme
- je pravděpodobné, že stereotyp, který k něčemu zaujímáme, je známý většině členů společenství, k němuž patříme
- stereotypy jsou ve společnosti velmi pevně ukotvené a neměnné; pokud ke změně dochází, děje se tak pozvolna a v souladu se společenskými normami
- příčinou stereotypizace je lidská tendence kategorizovat; zjednodušování, zevšeobecňování a redukce jevů pomáhá k snadnější orientaci ve světě
- existují stereotypy kladné i záporné; v případě negativní stereotypů je vzhledem k jejich potenciální společenské nebezpečnosti žádoucí jejich snižování (trvalé odstranění je prakticky nemožné); k tomu slouží především osobní zkušenost, jež nás přiměje názor vůči objektu stereotypizace změnit

Kognitivní lingvistika se ptá: Potřebujeme jazyk, abychom mohli myslet, nebo je tomu naopak? V souvislosti se stereotypy můžeme otázku položit takto: Vytváříme stereotypy,

abychom si podle nich zjednodušili svět naše chování v něm, nebo myslíme ve stereotypch, které jsou formulovány teprve z našeho jednání?

3.5 PERSVAZIVNÍ A MANIPULATIVNÍ KOMUNIKACE

Komunikace je základem sociální interakce mezi lidmi. Různé druhy komunikace a rozmanité komunikační situace jsou součástí běžného každodenního života. Teorie komunikace se jako obor zformovala koncem 40. let 20. století v souvislosti s rozvojem kybernetiky, formami komunikace a persvazí se však zabýval už předtím rétorika a později sociální komunikace (srov. Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 219).

Při analýze jazykové komunikace bychom měli zkoumat nejen výběr lexikálních prostředků nebo větnou stavbu, ale také to, jak je jazyk svázán s činností. Když něco říkáme, provádíme řečový akt. Ten má i společenský rozměr. Proto musíme sledovat i sociální a interpersonální kontext, ve kterém sdělení probíhá, a zjistit, zda je řečový akt s tímto kontextem v souladu. Úplný význam řeči je postihnutelný pouze tehdy, chápeme-li jazyk jako nástroj činnosti (srov. Hayesová 2007, s.31n.). Touto problematikou se zabývá pragmatika a pragmalingvistika.

„Pragmatika studuje jazyk z hlediska jeho úzu a rozhodování, která při jeho užití musí uživatel dělat, zvláště z hlediska žádoucího účinku užitého jazyka v sociální interakci účastníků komunikace“ (Čermák 2004, s. 92).

Hlavními zájmy pragmalingvistiky je vztah mezi větou (promluvou) a kontextem a situací z hlediska uživatele, užívání jazyka z hlediska znalosti vnějšího světa (a závislosti na něm) a užití promluv z hlediska modifikací daných vztahem mluvčí – posluchač.

3.5.1 Psychosociální vztahy v komunikaci

Každá komunikace je realizována pomocí znakového kódu, verbálního nebo neverbálního, důležitým faktorem je však rovněž sociální struktura, zvláště sociální normy a role, a cílový účinek komunikace. Interakcí tedy rozumíme chování účastníků komunikace, včetně řečového. Při komunikaci se řídíme specifickými pravidly. Aby byla interakce úspěšná, musíme chápat komunikační záměr ostatních, vědět, jaký typ jednání se pro danou situaci hodí.

„Do interakce vstupujeme v nějaké sociální roli; role jsou založeny na očekávání návykového a konvenčního komunikačního jednání v různých kontextech“ (Machová – Švehlová 2001, s. 71).

Komunikace je základním prvkem interakce. Nejedná se o synonymní pojmy, interakce je nadřazená komunikaci. Komunikace jako stěžejní sociálně-psychologický proces přenáší

význam pomocí nějakého kódu nebo souboru znaků. Interakce zahrnuje záměr mluvčího, tedy to, co nám chce pomocí nějakého kódu sdělit (srov. Janoušek 1968).

Při sociální interakci platí, že není možné nekomunikovat. Vždy se k ostatním lidem nějak chováme a už to je komunikace – ať mluvíme, nebo mlčíme. Obojím komunikujeme.

Do komunikace vstupujeme v konkrétních sociálních vztazích, které jsou zrcadlem sociální hierarchie mezi jednotlivými lidmi, skupinami nebo i národy či státy. Společensky rovnocenné vztahy vznikají mezi lidmi, kteří mají ve společnosti podobné role. Buď to o sobě vědí (například členové rodiny), nebo si svůj vzájemný vztah „přisuzují“, třeba v čekárně u lékaře. Čím rovnější si partneři jsou, tím uzavřenější je jejich vztah, objevuje se zde faktor „solidárnosti“. Nerovnocenné vztahy naopak dovolují nadřazenému komunikantovi používat vůči adresátovi v podřízené pozici „protektorskou řeč“. Tak je tomu třeba mezi učitelem a žákem, lékařem a pacientem.

To, jak blízcí si komunikanti navzájem jsou, je měřítkem **psychosociální distance**. Čím více se lidé znají, tím rovnocennější vztahy zaujímají. Distance ukazuje, do jaké míry jsme ochotni pustit si někoho jiného do svého „teritoria“. Velká distance je typická pro formální vztahy; ty vznikají mezi lidmi, jejichž setkání jsou omezena spíše na náhodné kontakty a mezi nimiž funguje nějaká hierarchie.

Komunikaci a typ vztahů ovlivňují také další sociální faktory, jako je věk, vzdělání, zaměstnání, pohlaví, politické názory, územní či generační rozdíly, i faktory psychické. Mezi ně patří povahové vlastnosti a psychický stav – ať dlouhodobý, nebo momentální v okamžiku komunikace (srov. Machová – Švehlová 2001, s. 73n.).

3.5.2 Manipulativní komunikace

Bylo řečeno, že vztahy komunikačních partnerů a jejich sociální a osobnostní charakteristiky jsou pro komunikaci stěžejní. Rozhodují totiž, zda půjde o komunikaci kooperativní (kde oba aktéři spolupracují), nebo manipulativní – tedy takovou, jejímž cílem je získat pro sebe nějaký prospěch na úkor druhého partnera.

„Manipulativní komunikace dovoluje ovládat druhé, je to jedna z možností, jak mluvčí adresáta přesvědčuje o sobě, o tom, co sděluje. Podstatou manipulace je předstíraný zájem mluvčího / „agresora“ o prospěch adresáta, záměr mluvčího, aby se adresát vzdal vlastní vůle: adresát, aniž souhlasí, je manipulován do činností a do rozhodnutí, s nimiž sice nesouhlasí, ale buď manipulátorovi ustupuje (chová se pasivně), nebo reaguje příliš rázně (chová se agresivně)“ (Machová – Švehlová 2001, s. 104n.).

Obětí manipulativní komunikace se stáváme běžně jako adresáti masových médií (viz. oddíl 3.7.1), mohou ji vůči nám prosazovat ale i členové rodiny, přátelé či kolegové v práci.

Manipulovat lze nejlépe s tím, kdo je nezkušený a důvěřivý a příliš pohodlný utvářet si vlastní názor. Takový adresát se nedokáže nátlaku účinně bránit a je ovlivněn natolik, že opouští vlastní přesvědčení (postoje) na úkor názorů, které mu manipulátor vnutí.

Persvaze se od manipulačních postupů, jichž si adresát buď není vůbec vědom, nebo jim ustupuje v rozporu se svým stanoviskem, liší především rysem dobrovolnosti (viz. následující oddíl).

3.5.3 Principy persvaze

O persvazi neboli přesvědčování lze uvažovat dvojím způsobem: jednak jako o aspektu *veškeré* komunikace, jednak jako o *druhu* komunikace.

Podstatou persvaze chápané jako součást veškeré komunikace je, že sdělování informací slouží pouze jako východisko pro ovlivňování adresáta.

„Mluvě mění význam určitých obecných termínů tím, že soustavně užívá hodnotící rysy jejich znamenání,“ charakterizoval persvazi v tomto smyslu filozof C. L. Stevenson (Doubravová 2008, s. 99). Panuje názor, že persvaze je jakýmsi konceptem „víry a úmyslu“. Naše přesvědčení o něčem se promítá do komunikace.

Persvazi v pojetí „druh komunikace“ najdeme v těch komunikačních situacích, které mají formu propagace. Persvazivní funkci má ideologický projev, reklama, ale také třeba vykládání z karet.

Persvazivní komunikaci lze vhodně zkoumat prostřednictvím teorie mluvních aktů, jejímiž autory jsou J. L. Austin a J. R. Searle. Podle této teorie se každý řečový akt skládá ze tří složek: lokučního aktu, tedy tvoření věty v souladu s pravidly daného jazyka, ilokučního aktu, tj. formulování výpovědi v souladu s komunikačním záměrem mluvčího, a z perlokučního aktu, tedy účinku, jaký má vytvořená věta u posluchače vyvolat. Ať řekneme cokoli, mluvit znamená dát formu našim úmyslům a zapůsobit na účastníky komunikace (srov. Doubravová 2008, Austin 2000).

Ján Grác upozorňuje, že pro lidi je typické, že se navzájem ovlivňují. „Každá izolovanost nebo uzavřenost lidského jedince je jen dočasným a přechodným jevem. Naopak, vzájemná součinnost a působení jsou trvalým a přirozeným projevem člověka, jsou společenským atributem. Bez vzájemného působení lidí by společnost ani nemohla existovat“ (Grác 1985, s. 15).

Persvaze se od jiných druhů ovlivňování (objasňování, kritika, pochvala, sugesce ad.) liší tím, že adresát se „pod vlivem přisvědčovatele dobrovolně, zainteresovaně a zúčastněně ujišťuje o odůvodněnosti nějakého stanoviska“ (Grác 1985, s. 16). Stěžejní pojmy a definující principy persvaze tedy jsou:

- dobrovolnost – recipient musí mít pocit, že stanovisko či názor přijímá / odmítá dobrovolně
- zainteresovanost – recipient musí znát důkladně podstatu sdělení, ale rovněž chápat jeho smysl
- zúčastněnost – způsob, jak recipient na přesvědčování reaguje, jak je vnitřně uzpůsoben přijímat nebo odmítat různé druhy ovlivňování
- jistota – recipient musí získat vědomí subjektivní jistoty
- zdůvodnitelnost – recipient si musí přijetí jakéhokoliv přesvědčení zdůvodnit jeho správností nebo pravdivostí

Jestliže cílem adresáta (a komunikace obecně) je zmenšit stupeň nejistoty, pak cílem přisvědčovatele je naopak stávající nejistoty využít nebo navodit novou nejistotu. Na jejím základě pak dokáže recipienta ovlivňovat (srov. Doubravová 2008, s. 107n.).

Lingvisté se problematikou persvaze zabývali nejprve v oblasti rétoriky, dnes je však persvazivní komunikace předmětem zkoumání i v dalších lingvistických oborech, například v pragmalingvistice, etnolingvistice či sociolingvistice. Přesvědčování je však předmětem zkoumání rovněž v psychologii a sociologii.

3.5.4 Persvaze v psychologii a sociologii

Kromě přesvědčování je v souvislosti s persvazí nutné pracovat rovněž s pojmem **přesvědčení**. Přesvědčování jako stav vědomí souvisí v psychologii s termínem postoj (viz. oddíl 3.2.1). Je to stav pohotovosti, který spojuje kognitivní, afektivní i konativní prvky psychického reagování.

„Postoj a přesvědčení mají společné to, že vznikají jako výsledek ovlivňování nebo výchovného působení. Vzniku každého přesvědčení pravděpodobně předchází postoj“ (Grác 1985, s. 49).

Přesvědčení má jednak racionální základ, jednak emocionální složku. Často říkáme: „Rád bych ti věřil, ale nedokázal jsi mi to rozumně vysvětlit.“ Přisvědčovatelé vědí, že bez racionálního základu pouhý útok na emoce k úspěšné manipulaci nestačí. Lidé zastávají **mínění**, která se vyznačují racionální ujištěností, jsou to kognitivně-hodnotící složky postoje.

Spojují v sobě to, co jsme se během života naučili od jiných, s našimi vlastními zkušenostmi. Kdy se z mínění stane přesvědčení?

„Čím víc si člověk uvědomuje, že mínění, které zastávají jiní, je zároveň míněním, ke kterému se dopracoval nezávisle sám; čím větší význam (hodnotu) připisuje člověk mínění, které zastává, čím více se za svými zkušenostmi, mravním vědomím a celou svojí osobností zasazuje za jeho platnost – tím větší je pravděpodobnost, že se z mínění stane přesvědčení“ (Grác 1985, s. 55).

Emocionální (afektivní) složka postoje v čisté podobě v podstatě neexistuje. Je vždy vázána na nějaký jev (osobu, předmět, událost apod.). Člověk svými emocemi vyjadřuje kladné nebo záporné postoje k různým objektům a ke světu. Zatímco racionální část postoje lze charakterizovat pomocí slovního spojení „já vím, že to tak je“, emocionální složku vyjádříme „cítím, že by to tak mohlo být“.

Při vytváření přesvědčení dochází velmi často ke konfliktu rozumu a citu; city jsou jakýmsi žebříčkem hodnot, a nemusí vždy odpovídat stanovisku racionálnímu. Žák například ví, jak se má ve škole chovat, protože je to dáno společenskými normami, ale jeho emocionální hodnocení těchto norem může být záporné.

Ze sociologického hlediska je ovlivňováním, tedy druhem persvaze i vliv sociální, neboli síla, již na nás působí okolní společnost. Míru tohoto působení určuje to, jak je vliv silný, jak počet lidí se v dané situaci nachází a jak blízcí si jsou.

Sílu sociálního vlivu modifikují třeba vztahy. Pokud jsou při přesvědčování přítomni lidé, kteří jsou pro nás významní (ať svým názorem, nebo třeba příbuzenským vztahem), je tento vliv silnější, stojí-li na straně přesvědčovatele, a naopak slabší, pokud se přidají na stranu ovlivňovaného.

Počet lidí, kteří jsou svědkem přesvědčování, je rovněž důležitým faktorem, jeho vliv ovšem nestoupá donekončna. Je velký rozdíl, stojíme-li proti přesvědčovateli sami, nebo je nás deset. Je-li aktérů třicet, příchod dalších tří už situaci příliš nezmění.

Blízkostí rozumíme způsob kontaktu. I neznámá osoba nás spíše přesvědčí, budeme-li s ní mluvit osobně, než pokud by nám jen zavolala. Někdo, koho vídáme často, má na nás větší vliv než ten, s kým se setkáme zřídka, i když v prvním případě jde o známého a v druhém třeba o člena rodiny, který žije ve vzdáleném městě.

Nejúspěšnější přesvědčovatel je ten, kdo disponuje nějakou autoritou. Autorita je trojího druhu:

- racionální – vyplývá z přesvědčení, že její nositel je představitelem legitimních norem a zákonů

- tradiční – je založena na víře v důležitost tradic a pospolitosti
- charismatická – vzniká z přirozeného působení povahy a osobnosti (srov. Hayesová 2007, s. 64)

Kromě autority je důležitým aspektem úspěšné persvaze také důvěryhodnost, respektive odbornost toho, kdo se nás snaží přesvědčit. Například v případě opravy poškozeného automobilu dáme spíše na názor vyučeného automechanika než známého, který má pouze stejný model vozu. Zajímavé však je, že důvěryhodnost přesvědčovatele (či zdroje přesvědčování, tedy i například médií) hraje roli jen tehdy, pokud si jej pamatujeme. Jakmile zapomeneme, odkud jsme důvěryhodné informace získali, mají na nás menší účinek.

Jinými slovy, pokud si přečteme například v odborném tisku článek, který ovlivní náš názor, za dva týdny už si možná nevzpomeneme, kde jsme se o daném tématu dočetli. V případné diskusi k takové problematice jsme pak spíše přístupni změně názoru, protože si pamatujeme už jen informace, ale nikoli jejich zdroj.

3.6 ARGUMENTACE

Má-li být persvazivní komunikace úspěšná, musí být její součástí **argumentace**. Tímto termínem z oblasti rétoriky rozumíme „jazykové jednání, jehož komunikačním cílem je převést něco sporné pomocí něčeho kolektivně platného na něco platné“ (Encyklopedický slovník češtiny 2002, s. 45).

„Argumentační výpověď je výpověď, v níž se pomocí jedné výroků (předpokladů) zdůvodňuje nějaký jiný, v zásadě problematický (kontroverzní) výrok (závěr). Argument je systém výroků extrahovaný z argumentační výpovědi.“ (Szymanek 2004, s. 9).

Argumenty jsou tedy ty části komunikace, kterými se snažíme podpořit své tvrzení a přesvědčit adresáta o jeho správnosti nebo pravdivosti. Skládají se z předpokladu – toho, co zdůvodňuje, a závěru – toho, co je zdůvodňováno.

To, zda nějaká výpověď obsahuje argument, naznačují v jazykové oblasti takzvaná slova-ukazatele, která se dělí do dvou skupin:

1. slova, která indikují, že nejprve je uveden předpoklad a po něm závěr, například: *tudíž, když – tudíž, a proto, odkud plyne, že atd.*
2. slova, která indikují, že nejprve je uveden závěr a po něm předpoklad, například: *neboť, protože, poněvadž, jelikož ad.*

Předpoklad a závěr mohou být v libovolném pořadí (a samozřejmě jich v jedné výpovědi může být i několik nebo). Vyčlenění těchto dvou složek je základem standardizace argumentu, jejímž úkolem je oddělit od předpokladu a závěru další komponenty výpovědi,

které by mohly zkoumání argumentu ztěžovat. Patří mezi ně nejrůznější úvahy, objasňování, obraty vyjadřující vztahy k jiným osobám, událostem apod. (srov. Szymanek 2004, s. 15).

Argumenty mohou rovněž obsahovat podargumenty, které slouží ke zdůvodnění jiného předpokladu hlavního argumentu. Podle přítomnosti nebo absence podargumentu se pak rozlišuje argument jednoduchý a složený.

Aby byl argument věrohodný, je potřeba, aby byl také věcně správný. Odhalení nepravdy argumentaci oslabuje nebo zcela zbaví účinku. Věcná správnost argumentu je naplněna, jestliže je pravdivá (nebo alespoň dostatečně věrohodná) každá z jeho premis.

Pravdivost některých výroků může být potvrzena už jen tím, jaká slova nebo slovní spojení používá. Výrok *Trojúhelník má tři strany* je pravdivá za všech okolností, protože význam slov vylučuje jinou možnost.

Dalšími kritérii pravdivosti výroků jsou například paměť (pamatujeme si, že něco uznáváme, ať na základě vlastní zkušenosti, nebo z tvrzení jiných osob) či usuzování (tvrzení jsou pravdivá, protože vyplývají z jiných tvrzení, která jsme uznali už dříve) (srov. Szymanek 2004).

3.7 MÉDIA A MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

V předchozích kapitolách jsme se zabývali pojmy manipulace, persvaze a argumentace. Jsou důležité pro naše zkoumání stereotypu na stránkách novin. Stereotypy jsou jedním z důsledku manipulačních strategií, které se snaží adresátům vnutit jednostranná zjednodušená řešení a názory.

Média jsou už od doby, kdy vznikla, považována za prostředek ovládnutí a formování společnosti. Funguje v nich široká škála způsobů manipulace s adresátem, a to jak jednotlivcem, tak masami. S míněním recipientů manipuluje zejména publicistika, protože jejím primárním cílem je podávat komentář k nejrůznějším událostem (rozdíl mezi publicistikou a zpravodajstvím je podrobněji charakterizován v oddílu 3.8.1).

„Publicistické texty vyjadřují nejen stanovisko komentátora či listu, ale často podávají návod, jak chápat komentované sdělení, mnohdy i komentář sám. Vytríbená argumentace a polemika nejsou základní formou ani v takzvaných solidních denících.“ (Machová – Švehlová 2001, s. 105).

Silný vliv a moc médií je dnes jedním z nejčastějších příkladů, jak persvaze a manipulace fungují v praxi.

3.7.1 Mediální komunikace

Mediální komunikace je jednou z rovin komunikace sociální a součástí komunikace veřejné. Pro naši práci je vhodnější zpřesňující termín **masová komunikace**, který zdůrazňuje společenský rozměr komunikace – její dosah a účinky na adresáta.

„Masová komunikace je proces přenosu sdělení od komunikátora k adresátovi, přičemž komunikátorem je komplexní organizace zaměstnávající profesionální komunikátory a užívající specializované technologie k výrobě vysoce standardizovaných sdělení určených pro rozsáhlé, nesourodé a disperzní publikum.“ (Reifová 2004, s. 100)

Adresátem masové komunikace je velmi početné a rozptýlené (disperzní) publikum. Takto velký počet příjemců, u kterých se nepřepokládají vzájemné sociální vazby a komunikace, je označován jako **masa**.

Základními rysy masové komunikace jsou:

- sdělení slouží ke krátkodobému užití
- sdělení je produkováno formálními organizacemi
- k produkci sdělení slouží různorodé medializační techniky užívané profesionálními komunikátory
- sdělení je k dispozici současně velkému počtu příjemců
- příjemce je pro původce sdělení jako jednotlivec anonymní
- sdělení jsou k dispozici veřejně, bez omezení přístupu
- sdělení je přenášeno v podstatě jednosměrně; vztah produktora a recipienta není rovnocenný (není zde přímá zpětná vazba)
- produkce sdělení je obvykle periodická (srov. Reifová 2004, s. 101)

Američan Herold Lasswell ve své práci *The Structure and Function of Communication in Society* vymezil tři hlavní funkce masové komunikace:

- funkci informovat
- funkci korelace, tj. vytvářet a udržovat vzájemné vztahy mezi informacemi a členy společnosti
- funkci kontinuity, tj. přenášet kulturní dědictví (srov. Reifová 2004, s. 67)

Charles Wright považuje za hlavní funkce udržování kontinuity, korelaci, zábavu a socializaci.

Kontinuitu udržují média poskytováním aktuálních informací, které shromažďují, třídí a zprostředkovávají různým sociálním skupinám i jednotlivcům (ti je potřebují k naplnění svých sociálních rolí). Pomáhají rovněž udržovat společenský řád a hodnoty.

Prostřednictvím korelace objasňují média informace a jejich relevantnost, zasazují je do širšího kontextu. Zde však hrozí riziko, že příjemce ztratí schopnost samostatného kritického hodnocení událostí, neboť se příliš spoléhá na výklad událostí, jak ho předkládají média.

Funkci socializace naplňují sdělovací prostředky přenosem a rozšiřováním sociálních hodnot a norem, přispívají tak k jejich přisvojení adresátem.

„Média mohou přispívat k integraci nových jednotlivců do společnosti a posilovat sociální integritu. Dysfunkčním projevem může být mediace sociálních hodnot a norem korespondujících s převládající sociální majoritou, stereotypizace a opomíjení (a následná nivelizace) hodnot a norem subkultur a minorit“ (Reifová 2004, s. 68).

3.7.2 Mediální manipulace

Média mají na své příjemce velký vliv především proto, že mohou v krátkém časovém úseku nebo dokonce současně oslovit obrovské množství příjemců. Tvrzení přinášená sdělovacími prostředky nejsou šířena od jednotlivce k jednotlivci, ale masově, a mohou tak významně působit na veřejné mínění.

Manipulace představuje skrytou formu donucení a masová komunikace je jejím prostředkem. Cílem manipulace je ovlivnit adresáty a přimět je ke sdílení stejného názoru, jaký je prezentován manipulátorem. Příjemce si však neuvědomuje, že je manipulován, a má pocit, že k předloženému názoru dospěl dobrovolně.

Nebezpečí manipulace je zřetelné zvláště v souvislosti s dětmi, které jsou proti působení médií mnohem méně odolné než dospělí. Dlouhodobě poukazovaným problémem je vliv explicitně zobrazovaného násilí v médiích, jehož důsledkem je rostoucí agresivita dětí.

„Mediální komunikace patří mezi faktory působící na socializaci a komunikační vývoj dětí a dospívajících k těm nejvýznamnějším. Vztah dětí a mediální komunikace přitom nelze chápat jen jako jejich vystavenost vnějšímu mediálnímu působení, ale jako aktivní využívání materiálu, který z mediální komunikace získávají“ (Šebesta 1999, s. 57).

S manipulací souvisí i pojem **mainstreaming**. Tím rozumíme „proces, v němž příjem homogenizovaných a stereotypizovaných sdělení z médií vede k názorovému a hodnotovému sbližování příjemců z rozdílných sociálních a kulturních prostředí“ (Reifová 2004, s. 126).

Odhalováním manipulačních strategií sdělovacích prostředků se zabývá pragmalingvistická analýza. Ta hodnotí například intenci, působení složek kontextu, použitých kódů, účinek sdělení. K analýze využívá konfrontaci více zdrojů, ať různých novinových textů nebo porovnání text s rozhlasovými či televizními informacemi. O záměru autora vypovídá způsob řazení informací, práce s citacemi a jejich zařazování do kontextu, to, jaký je u textu titulek či

podtitulek, jak název článku koresponduje s jeho obsahem apod. Hodnotit lze rovněž stylové a argumentační postupy, zachování pravidel žánru ad. (srov. Machová – Švehlová 2001, s. 106).

Konkrétním lexikálním prostředkům persvaze a manipulace se budeme věnovat v praktické části diplomové práce.

3.8 EXCERPCE DENNÍHO TISKU

V praktické části diplomové práce se zabýváme analýzou konkrétního jazykového materiálu dvou českých deníků. Nejprve však vymezíme některé základní termíny z mediální oblasti, které jsou nezbytné pro naše zkoumání.

Naším původním záměrem bylo analyzovat pouze texty publicistické; předpokládali jsme, že v publicistice, jejímž výrazným rysem je hodnotící aspekt, je přítomnost stereotypů a stereotypizace pravděpodobnější. Publicisté komentují události ze svého subjektivního pohledu a vyjadřují osobní názory, mají tedy volnější pole působnosti ve výběru jazykových prostředků, stylistice i míře objektivit.

Při zkoumání textů jsme však zjistili, že stereotypy se objevují napříč novinovými žánry. Nejsou doménou publicistiky, jsou příznačným rysem dnešních žurnalistických textů obecně. Jak doložíme na konkrétních příkladech, stereotypy se objevují bez ohledu na téma článku, typ zprávy či rubriku, pod kterou text spadá. Vnější důvodem je silné ukotvení různých stereotypů ve společnosti, kterým se novináři jakožto součást této společnosti sami nemohou vyhnout, vnitřním potom určité prolínání novinových žánrů a sbližování oblastí zpravodajství a publicistiky. Jejich striktní oddělení vymezené pomyslnou čarou neutrality se mnohdy stírá.

3.8.1 ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKA

Dělení žurnalistiky na zpravodajské a publicistické odvětví se vyvíjelo postupně.

„Zpravodajství má především funkci informační a definiční, snaží se aktuální události bez prodlení zachytit, popsat a předat různě diferenciovanému publiku. Doménou publicistiky je hledání souvislostí, vyslovování názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům. Předmětem publicistické činnosti může být stejně událost jako ‚pouhá‘ myšlenka, tedy věc, která se udála, ale také podnět duchovní povahy. Na rozdíl od zpravodajství, kde převládají empiricko – induktivní postupy, jde v publicistice o přístup abstraktně deduktivní. Vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj“ (Osvaldová 2001, s. 14).

Zpravodajství by mělo být přesné, vyvážené a nestranné. Jeho úkolem je informovat, zprostředkovávat fakta, nikoli je hodnotit. Přesnost znamená ověřovat informace, nespoléhat na jediný zdroj. Vyvážeností rozumíme fakt, že je poskytován stejný prostor pro vyjádření všem stranám, názorům či úhlům pohledu, které souvisí s nějakou událostí, a zároveň že do zpravodajství jako celku se dostávají všechna témata bez ohledu na politický či názorový kontext. Nestrannost je základní normativní požadavek, který by mělo zpravodajství splňovat.

„Média musí působit jako objektivní činitel, který fakta, názory a přesvědčení ve zpravodajství zprostředkovává, a nikoli cíleně usměřuje a tvaruje. Zpravodajství nesmí nikomu stranit a přejímat žádný z mediovaných názorů“ (Reifová 2004, s. 163).

Úkolem zpravodajství je prezentovat informace neutrálně. Pro posouzení neutrality je potřeba zkoumat denotace a konotace zpráv.

Denotací rozumíme primární, doslovný význam znaku (resp. slova); shodují se na něm všichni příslušníci daného kulturního společenství. Denotace se omezuje na rysy objektu, které jsou nezpochybnitelné, potvrzené a ověřené, je spjata s racionálním výkladem světa. Představuje neutralitu (srov. pojetí významu v oddílu 3.1.2).

Konotace je druhotný význam, daný subjektivní lidskou zkušeností; bývá chápána jako soubor kvalit, které jsou spojeny s referentem znaku a souvisí s jeho kontextem. Konotace v sobě nese kulturní významy, které byly danému objektu během vývoje přisouzeny. Působí na subjektivní úrovni. Jsou to všechny historické, symbolické či emocionální asociace, které může nějaký jev, osoba či předmět vyvolat. Obsahují hodnocení, generalizaci, tělesně-smyslové prožívání světa, odraz skutečnosti, která je uložena v jazyce. Kromě zcela individuálních konotací existují i **intersubjektivní konotace**, které jsou do určité míry sdíleny s ostatními členy společnosti (srov. Reifová 2004, s. 43, Vaňková 2005).

Konotace by v nestranném zpravodajství neměly být přítomny, protože jsou odrazem subjektivního prožívání. Čtenáři novin by se při čtení textu měly vybavit jen denotativní složky významu.

Neutrální zpravodajství požaduje neutrální jazyk. Nejsou zde přípustné potenciálně hodnotící výrazy, slova s možnou pozitivní nebo negativní konotací. Způsob zpracování textu nesmí vyvolávat kladné nebo záporné představy.

Ani ve zpravodajských textech ale nemůže být požadavek nestrannosti a neutrality dodržen bezvýhradně. Do zpravodajství se řadí rovněž reportáže pracující s tzv. human interest stories (lidské jímavé příběhy), které nemohou být podány objektivně. Někdy je nestrannost potlačena v případech, že příklon k některé straně je otázkou veřejného zájmu (příkladem je

třeba ochrana lidských práv). Některé významné události nabývají tak silného emocionálního náboje, že nestrannost v takovém případě není akceptovatelná.

Publicistika naopak pracuje se soudy a *postoji* (srov. oddíl 3.2.1). Nemá jen funkci informační, ale rovněž kognitivní, poznávací. Zabývá se společenskými jevy, příčinami jejich vzniku a vzájemnými vztahy. Hledá řešení a východiska, předvídá další vývoj. Proto publicistické texty pracují s jinou časovou dimenzí. Zatímco zpravodajství popisuje něco, co už se odehrálo, a musí se tedy snažit o neustálou aktualizaci, publicistika se zabývá širšími časovými souvislostmi. Vysvětluje, co se stalo, hledá odpověď na otázku, proč se to stalo, a předkládá možné důsledky do budoucna.

3.9 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÝCH DENÍKŮ

Pro konkrétní analýzu jsme vybrali dva české deníky, které chceme vzájemně porovnat z hlediska přítomnosti stereotypů. Mladá fronta Dnes si dlouhodobě drží pozici nejčtenějšího seriózního deníku v České republice, s dlouholetou tradicí a zavedenou formou, Pražský deník je relativně mladý titul, který vychází od podzimu roku 2006 v rámci celostátní sítě regionálních deníků, jejichž podoba stále není definitivně ustálena. Zajímá nás, v jaké míře se v obou listech vyskytují stereotypy a zda se z tohoto pohledu obě periodika liší, nebo jsou přístupy podobné.

3.9.1 Mladá fronta DNES

Deník Mladá fronta DNES začal vycházet 1. září 1990. Redakce a členská základna vzešly z předchozího titulu Mladá fronta, z právního hlediska jde však o dva zcela odlišné tituly.

Deník patří společnosti Mafra, a. s., která je součástí německého vydavatelství RBVG. Mafra má na českém trhu silnou pozici, vydává také Lidové noviny a je vlastníkem televizního kanálu Óčko a rádií Classic a Express.

Šéfredaktorem Mladé fronty je v současnosti Robert Čásenský. Novinářský tým tvoří centrální redakce se sídlem v Praze, tu doplňuje čtrnáct regionálních redakcí podle jednotlivých krajů. Deník se zaměřuje především na komentované zpravodajství a tematické přílohy.

Denně je prodáno okolo 310 tisíc výtisků novin. Podle průzkumů Media Projekt čte deník v průměru 1,15 milionu lidí denně. Čtenáři jsou většinou ekonomicky aktivní lidé s maturitou nebo vysokoškolským vzděláním.

Deník není politicky orientován. „MF DNES není závislá na žádné politické straně. Nedává přednost žádnému úzce vymezenému ideovému proudu. Ve zpravodajství se snaží být

nestranná, v názorové části vyznává hodnoty svobody, politické a názorové plurality a tržního hospodářství. Odmítá extremismus v jakékoli formě, komunismus, nacismus či rasismus. Vydavatel netvoří názorovou linii, jmenuje ovšem šéfredaktora a schvaluje přijímání redaktorů.“¹

V obecném povědomí je přesto deník vnímán jako pravicově zaměřený, konzervativní.

3.9.2 Pražský deník

Pražský deník je jedním ze 73 regionálních deníků, které pod souhrnnou značkou Deník vydává společnost Vltava-Labe-Press. Ta patří z osmdesáti procent německému koncernu Verlagsgruppe Passau, a z jedné pětiny vydavatelství RBVG.

Deníky v dnešní podobě vycházejí od září roku 2006, kdy byly různorodé regionální listy sjednoceny pod jednotné vedení se sídlem v Praze. Pražská centrální redakce má na starosti celostátní a světová témata a rovněž tematické přílohy, které vycházejí ve všech regionech. Základem Deníku je však podrobné zpravodajství z regionů, které zahrnuje informace i z nejmenších obcí, a je proto příčinou velmi vysoké čtenosti – celkově okolo 1,2 milionu čtenářů denně. Typickými čtenáři deníku jsou lidé z menších měst, středního věku, středoškolského vzdělání, s průměrnými příjmy.

Pražský deník přináší kromě celorepublikových informací a zpráv ze světa především události z pražského politického a kulturního dění, má rovněž svou názorovou rubriku a prostor ke komentářům dává i čtenářům, pro něž je vyhrazena speciální strana. Pražská regionální mutace však poněkud doplácí na velké množství titulů, které v hlavním městě vycházejí, konkurencí jsou jí především zdarma rozdávané tiskoviny Metro, 24 hodin či Metropolitní Express. Pražský deník proto není v porovnání s vydáními jiných deníků příliš úspěšný. Mimo Prahu však platí, že Deník je nejčtenějším seriózním titulem v Česku.

¹ Zdroj: internetové stránky deníku, přesný odkaz uveden v Seznamu literatury.

4. PRAKTICKÁ ČÁST

4.1 METODY ANALÝZY

Při zkoumání textů obou deníků postupujeme dvěma směry. Stereotypy posuzujeme z hlediska jejich druhu, respektive tématu, kterého se týkají, a z hlediska „formálního“. Citace a konkrétní příklady jsou označeny zkratkou MF (Mladá fronta DNES) nebo PD (Pražský deník) a datem vydání.

Po tematické stránce sledujeme tyto stereotypy:

- **černá kronika** – vše, co se týká trestné činnosti, zločinů, přestupků, přírodních katastrof, teroristických útoků, dopravních nehod a jiných neštěstí
- **profesní** – stereotypy spjaté s povoláním (lékaři, policisté, učitelé)
- **národnostních menšin** – stereotypy spjaté s vybranými národnostmi žijícími v Česku (Romové, Ukrajinci, Slováci, Vietnamci)
- **sexuální orientace a genderové** – stereotypy homosexuálů, stereotypy formované opozicí muž – žena

Jednotlivé kategorie se samozřejmě navzájem prolínají a nemohou být striktně oddělovány. Naší ambicí není stereotypy explicitně tematicky zařadit, ale spíše zhodnotit, kterých oblastí se nejčastěji týkají. Z toho důvodu se některé příklady a citace mohou vyskytovat vícekrát.

Do „formálních“ aspektů řadíme především:

- druh textu, v němž se stereotyp objevuje – zpráva, reportáž, komentář, fejeton, glosa, rozhovor ad.
- rubrika, pod níž text spadá – celosvětové, domácí nebo regionální zpravodajství, sport, kultura apod.
- výrazové prostředky – jazyk a styl (spisovnost a nespisovnost výrazů, expresivita, aktualizace, intertextovost, míra zapojení autora apod.)

Žánrové charakteristiky, příslušnost k rubrice a jazykové prostředky budou popsány v rámci jednotlivých tematických kategorií.

4.2 STEREOTYP A PERSVAZE VE ZPRÁVÁCH Z ČERNÉ KRONIKY

Černou kronikou jako specifickým žánrem se podrobně zabýval Jiří Homoláč (Homoláč 1998). Excerpoval texty deníků, které vycházely v Československu a České republice v letech 1990 – 1994, v případě Rudého práva i materiál z ročníků 1988 a 1989. Jeho práce je konkrétním dokladem proměny černé kroniky z dob předrevolučních, kdy měla především funkci zpravovací, v žánr, který přibírá též funkci estetickou. Konec cenzury a volnost, kterou

redaktoři v první polovině devadesátých let měli, se projevila nevídanou jazykovou kreativitou, jež s neutrálním vyjadřováním často neměla co dělat.

Dnes již mají všechna zavedená periodika svůj ustálený jazykový úzus. Kreativnost a bohatost vyjadřování jsou sice základním požadavkem pro psaní, forma textu však nesmí zastínit jeho obsah a poselství.

Hlavní rozdíl mezi oběma deníky je ten, že kromě informací obsažených v domácím a zahraničním zpravodajství má Pražský deník také samostatnou rubriku Černá kronika, v níž přináší zprávy o kriminalitě a nehodách v Praze. Zde dostávají prostor i drobné zprávy, kterým v Mladé frontě není věnována pozornost, a to ani v regionální příloze pro Prahu.

Zejména v těchto kratších textech mají redaktoři více prostoru pro jazykovou kreativitu a častěji se odchyľují od strohého zpravodajství: „*Policisté dopadli straky z obchodáků*“, *Číšníci se zřejmě dobře bavili*“ (PD 22. 2. 2008). Tyto dva titulky dokazují jistou formální uvolněnost, zejména v prvním případě je příznakový slangový výraz straka a univerbizovaný obchodák. Druhý titulek je příkladem porušení nepsaného pravidla, že z názvu textu by mělo být patrné, o čem pojednává. Zde byl ale silnější autorský styl.

U obou periodik je však patrná tendence, že styl odpovídá míře závažnosti zprávy. Zatímco u těžkých zločinů a velikých tragédií není nouze o dramatickosti, u méně závažných deliktů se odlehčují i jazykové výrazy.

„*Procházet mezi obyčejnými paneláky může přinést i neobyčejný zážitek. V tomto případě ale z té horší kategorie pocitů, které se nazývají strach. Ten měl toho dopoledne jistý nezletilec, který zrovna zkřížil cestu podezřelému muži, lačnému opět dítě o něco obrat*“ (PD 22. 2. 2008). Informuje-li novinář o události, která dopadla dobře, má spíše tendenci k jazykové variabilitě. Taková zpráva pak připomíná spíše vyprávění. Naopak je-li událost vážná a tragická, přicházejí ke slovu ustálené obraty z oblasti kriminalistiky a autorský styl ustupuje do pozadí: „*Další soudní stání ve věci ohrožování mravní výchovy mládeže devětapadesátiletým mužem z okresu Praha-západ by mělo proběhnout ještě v prvním čtvrtletí letošního roku*“ (PD 7. 1. 2009).

„*Strašný čin studenta Čo Sung-hua vyvolal obrovský smutek nejen v USA. Poblíž místa činu se shromáždily davy lidí se svíčkami. Transparent nad vchodem do univerzitního kampusu připomíná datum tragédie. Studentky na snímku vlevo dole litují smrti svých spolužáků. Čin měl odezvu i v Jižní Koreji. Na fotografii vpravo nahoře vyjadřují lidé na pochodu v Soulu svoji nejhlubší lítost obětem*“ (MF 19. 4. 2007). V případech tragédií se autoři nesnaží o neutrální vyjadřování, text má vzbuzovat emoce.

Persvazivní výrazy se objevují často již v titulcích: „*Soud: deset let pro krkavčí matku*“ (MF 5. 4. 2007), „*Policista týral ženu a dceru: jen podmínka*“ (PD 22. 2. 2008), „*Barva ke čtyřletému vězení dostal i zákaz řízení na jeden a půl roku, ale tak nízký trest padl jen proto, že už předtím měl jinými soudy zakázáno řídit osm a půl roku*“ (MF 24. 11. 2008), které naznačují stanovisko autora (listu). Skrytou persvazií jsou též výrazy typu: dostal *pouze* pokutu, byl odsouzen k *nečekaně* mírnému trestu, *oproti předpokladům* soudce nenařídil vazbu, počet obětí je *překvapivě* nízký apod.

Oba listy se shodují v ustálených obratech, které již považujeme za klišé: *hrozí trest*, *vyvázl s podmínkou*, *utrpěl zranění*, *byl odsouzen k pěti letům odnětí svobody*. Tyto výrazy jsou jen zřídka jazykově aktualizovány. Obecně se dá říci, že jazyková kreativita a pestrost výrazů se objevují spíše v popisu události, který se někdy blíží téměř vyprávění, zatímco strohé úřední formule nastupují při informování o důsledcích činu: „*V neděli o půl třetí ráno se v Koněvově ulici řidič osobního auta v opilosti zřejmě domníval, že jede na lyžích slalom. Jel totiž ulicí tak, že se do přímého směru odrážel od zaparkovaných aut. Konání řidiče postřehli strážníci. Příčiny slalomové jízdy jim odhalila dechová zkouška. Ukázala 2,51 promile alkoholu. Případ převzala policie*“ (PD 26. 3. 2008).

Vliv administrativního stylu je patrný zejména na větě *Konání řidiče postřehli strážníci*, která by v běžné mluvě zněla zřejmě třeba *Podivného chování řidiče si všimli strážníci*.

Nejnadužívanějším výrazem černé kroniky je ovšem adjektivum *brutální* (surový, hrubý), které bývá použito v souvislosti s téměř každou vraždou bez ohledu na způsob, jakým byla spáchána, nebo trestným činem, při němž bylo použito násilí. V mnoha případech je tato charakteristika odůvodněná a na místě: „*Brutálně přepadli servírku*“ (PD 22. 8. 2008) – hlásá titulek článku, který popisuje přepadení, v němž lupiči na ženu povalili mříž, svázali ji a umlčeli roubíkem. „*Při čtení rozsudku za brutální vraždu německého podnikatele včera omdlela osmadvacetiletá Michaela Karbanová*“ (MF 22. 11. 2008) – jednalo se o vraždu, při níž pachatelé oběť rozřezali, jednotlivé části těla zabalili do pytlů a fólií a pohodili na náhodných místech.

Každá vražda nebo násilí jsou tragické a nepřípustné, přívlastek *brutální* je však v některých případech nadbytečný. Brutalita se pojí s hrubou fyzickou silou, není proto adekvátní například při popisu vraždy otravou, při které oběť upadne do bezvědomí, z něhož se už neprobudí. V takových případech ovšem často nastupuje jiné adjektivum – *chladnokrevný*, které však také ne vždy odpovídá situaci.

V případě slovního spojení typu *brutální minulost obviněného* je tedy sice jasné, co jím autor míní, tedy že vrah spáchal již velké množství násilných trestných činů, brutální jsou však právě ony činy, nikoli minulost jako taková.

Slovo *brutální* se z černých kronik, kam patří, rozšířilo i do dalších zpráv, kde se jeho význam posunul: „*Pokles ubytovacích služeb byl dost brutální*“ (MF 19. 2. 09), „*Fotbalový svět začátkem týdne obletěl brutální snímek vyvrácené nohy Eduarda da Silvy*“ (PD 27. 2. 2008). V prvním příkladě adjektivum *brutální* znamená „značný, obrovský, veliký, významný“. V tomto významu se *brutální* stále častěji objevuje i v běžné mluvě, zejména u teenagerů a mladých lidí (*Ten koncert byl fakt brutální / Ten koncert byl fakt drsný* – v souladu s doslovným významem, tj. přeneseně velký zážitek).

V druhém případě vidíme klasický příklad záměny příčiny a následku. *Brutální* byl zákrok fotbalisty, který zlomil da Silvovi nohu. *Brutální* není ani zlomená noha, ani snímek nohy.

Ve stejném duchu se nesou i další slovní spojení, která už s černou kronikou nemají co dělat: *brutální hudba*, *brutální kácení stromů*, *brutální Paroubkova kanonáda*, *brutální cena vstupenek*, *brutální dietní prohrěšek* apod.

Největší míru jazykové tvořivosti vykazují komentáře v Mladé frontě DNES (výraz *brutální Paroubkova kanonáda* pochází z pera komentátora Karla Steigerwalda, viz. MF 9. 2. 2009), u nich je ale uvolněný styl přípustný, ne-li přímo očekávaný a vyžadovaný. Události spadající do černé kroniky ale téměř nezpracovávají, věnují se v drtivé většině případů politickým kauzám nebo společenským tématům. Jazyk komentářů je však natolik zajímavý, že ho pojednáme v samostatné kapitole.

4.3 PROFESNÍ STEREOTYPY

O profesích a zaměstnáních panuje ve společnosti velké množství stereotypních představ, které jsou podporovány i tím, jak o daných profesích informují média. Nejde ale jen o stereotypy osobnostní, nýbrž také o to, v jakých kontextech jsou jednotlivá povolání v novinách zmiňována. O učitelích se často píše v souvislosti s malými platy a v posledních letech též kvůli problémům s vzrůstající nezvladatelností žáků a jejich agresivitou vůči pedagogům; v případě řemeslníků se dozvídáme, že těch kvalifikovaných je čím dál větší nedostatek; lékaři jsou hlavními aktéry ve zprávách o nehodách, zdravotnických poplatcích a nebo tehdy, dojde-li k profesnímu pochybení. Čtenáři si tak postupně do podvědomí ukládají události a jevy, s nimiž si dané profese spojují. Vybrali jsme příklad několika profesí, které jsou častým objektem zájmu médií.

4.3.1 Zdravotníci

O černé kronice se zmíníme i v souvislosti se zdravotníky. Ti jsou téměř bez výjimky součástí zpráv o automobilových nehodách či násilných nebo neobvyklých úmrtích. Snad nejčastějším souslovím je zde spojení *přivolaný lékař, který konstatoval smrt, potvrdil smrt, nemohl než potvrdit smrt, nemohl už pomoci, už nemohl nic dělat, stanovil smrt udušením* apod. U dopravních nehod se jedná většinou o lékaře ze záchranné služby, v případech podezřelých úmrtí koronera, někdy nebývá obor lékaře blíže specifikován. Ve všech těchto případech je ovšem nápadné, že v téměř stoprocentní většině případů jde o lékaře – muže. Při naší excerpci jsme v celém materiálu našli pouze tři případy, kdy bylo explicitně zmíněno ženské pohlaví zdravotnice či lékařky, která potvrzovala úmrtí, uvádíme jeden příklad: „*Přivolaná lékařka zjistila, že muž měl povrchová poranění na temeni hlavy*“ (MF 13. 3. 2007) .

Z hlediska lexikálních prostředků je tedy vyjádření shodné bez ohledu na to, zda je o muže, či ženu. Statisticky je však dost pravděpodobné, že lékařek je u záchranné služby (i celkově) víc, než by se z novinových textů mohlo zdát. O genderových stereotypech pojednáváme v oddíle 4.5.2.

Formulace typu *přivolaný lékař konstatoval smrt* žádnou novou informaci nepřináší, pokud například titulek zní *Tři mladí lidé zahynuli v autě při návratu z diskotéky*. Zásadní sdělení, tedy to, že někdo zemřel, je vždy už v titulku, eventuálně hned v prvních větách textu. Zmínka o lékaři však těmito informacím dává punc důvěryhodnosti, to je jejich úkolem. Pokud smrt potvrdí lékař, je vše definitivní a redakce se může případně odvolávat na věrohodný zdroj, což podobnými větami dává čtenáři najevo.

Povolání lékaře se ve společnosti dlouhodobě těší velké prestiži, v žebříčcích povolání, která mají největší respekt, obsazuje vždy přední příčky. Lidé si uvědomují, že lékaři mají často v rukou životy jiných, že o lidském těle vědí to, co běžný člověk vůbec netuší. Lékaři mívali v historii často status téměř posvátných bytostí, byli symbolem naděje i zmaru. Lékařská profese je předmětem úcty i dnes.

„*Lékař opravdu není bůh, ale bohužel přetrvává mýtus, že je to člověk, který absolutně dokáže rozhodovat o našem zdraví a o tom, co se děje v našem těle*“ (MF 22. 6. 2007), „*Lékař není jasnovidec, a přestože léky předepisuje s nejlepšími úmysly a po důkladném zvážení všech okolností, není bezchybný*“ (MF 2. 1. 2008), „*Lidé si často myslí, že lékař je neomylný a není třeba se jej na nic ptát*“ (MF 25. 10. 2007).

S tím souvisí i obecný – a pravdivý – předpoklad o náročnosti lékařské profese: „*Absolventi lékařských fakult to nemají jednoduché. Po šesti letech vyčerpávajících studií je čeká další dřina s atestací*“ (MF 14. 6. 2007).

V textech o lékařích vystupují často samozřejmě též zdravotní sestry (srov. ročníkovou práci studentky FF UK Venduly Novákové *Stereotypy vybraných povolání prizmatem kognitivní lingvistiky*, 2004). Označení „sestra“ pro ošetrovatelky ve zdravotnictví má původ u řeholnic, členek ženských církevních řádů. Ty se navzájem nazývají sestrami (a jejich společenství vedla *matka* představená), a protože již od počátku byla jejich hlavní činností péče o nemocné, pojmenování sestra se přeneslo i na dnešní ošetrovatelky v nemocnicích a ordinacích.

Přívlastek „zdravotní“ se však používá poměrně málo, novináři si většinou vystačí jen se sestrami, objevují se ale i zdravotní sestřičky: „*Sestry dostanou přidáno. Chtěly víc*“ (MF 23. 2. 2008), „*Krise v českých nemocnicích narůstá. Zoufale chybějí sestry*“ (PD 10. 11. 2008), „*Poplatky budou vybírat sestry přímo v ordinacích*“ (MF 28. 11. 2007), „*Lékaři a sestry nacvičovali hromadný příjem raněných*“ (PD 1. 6. 2007), „*V Praze chybějí stovky zdravotních sestřiček.*“ (PD 20. 12. 2008), „*Vytvořili je lékaři a sestřičky této kliniky*“ (MF 27. 2. 2009).

První příklad cituje titulek zprávy. Ačkoli sestra je v primárním významu označení sourozence ženského pohlaví, v souvislosti s ostatními informacemi v titulku je čtenáři jasné, že jde o sestru zdravotní. Stejná situace nastává ve všech titulcích typu „*Sester je nedostatek*“, „*Sestry absolvovaly školení*“, „*Sestry se bouří proti přesčasům*“. Kontext, v němž je slovo sestra použito, umožní čtenáři pochopit jej ve správném významu.

S tímto zkracováním se ostatně setkáváme i u jiných profesí, i když v takových případech jde pouze o vynechání konkrétní specializace daného povolání. *Policisté* přijíždějí k nehodě, *policisté* řeší zločin, *policisté* udělili pokutu za špatné parkování. Ačkoli se jedná o různé složky policie – dopravní, kriminální či městskou, není potřeba to explicitně vyjádřit, protože v kontextu celého sdělení je tato specifikace zřejmá.

Lékaři se nejčastěji objevují ve zpravodajských textech, zejména ve zprávách z domova, v rámci černé kroniky vystupují ve vedlejších rolích svědků a důvěryhodných zdrojů informací. V zahraničních rubrikách se o zdravotnících zmiňují nejčastěji články týkající se přírodních katastrof, válečných konfliktů, humanitárních misí a velkých dopravních katastrof. Komentátoři se věnují zdravotnictví zejména v souvislosti s činností vlády a v případech konkrétních významných kauz (záměny dětí v třebíčské nemocnici, případ „heparinového vraha“ apod.).

4.3.2 Policisté

Policisté nejsou předmětem stereotypizace jen v anekdotách, ale i v médiích, i když samozřejmě jiným způsobem. Vtipy o policistech jsou založeny na stereotypu policisty jako ne příliš důvtipného, ba dokonce hloupého člověka (v drtivé většině případů muže), kterého před otevřeným posměchem chrání jen jeho pravomoce a uniforma, jež jej ale zároveň identifikuje jako toho, komu výsměch právem náleží. Uveďme jako příklad dvě klasické anekdoty:

„Baví se dva policajti: ‚Nechal jsem si včera udělat ten test na IQ.‘ ‚Opravdu? A jaký máš výsledek?‘ ‚Chválabohu negativní.‘“

„Baví se dva mladíci: ‚A víš, jaký je rozdíl mezi policajtem a blbcem?‘ ‚Najednou se zpoza rohu vynoří policajt: ‚No jaký, jaký?‘ ‚Žádný.‘ ‚No proto!‘“

Příznačné je i použití výrazu policajt, které v sobě nese hodnotící konotace. Se slovem *policista* se v anekdotách nesetkáme.

Noviny stereotypizují policisty opačným způsobem: až na výjimky jako autority. Policie je institucí, která má vzbuzovat – a vzbuzuje – respekt.

Stejně jako lékaři a záchranáři se i policisté objevují na stránkách novin velmi často. Kromě zpráv, které se týkají přímo jich samých, totiž vystupují jako aktéři a svědci mnoha dalších událostí, ve kterých je jejich přítomnost nezbytná. O policistech se píše vždy, když se události týkají dopravních nehod, trestných činů, pohřešovaných osob, demonstrací či teroristických útoků. I to je důvodem, proč v souvislosti s policií k stereotypizaci dochází. Při takovém frekvenci událostí, kde figuruje, je nemožné se vyhnout určitému zjednodušení.

Policisté v těchto případech vždy vystupují jako anonymní skupina, nikdy jednotlivec: *„Policie žádá vydání Janáčkové kvůli výrokům na adresu ostravských Romů“* (PD 14. 3. 2008), *„Policie je přesvědčena, že ví, kdo je nájemný vrah.“* (MF 17. 4. 2007), *„V domě policisté přistihli muže, který svou přítomnost nedokázal vysvětlit“* (PD 20. 3. 2008), *„Policisté odhadli škodu na 170 tisíc korun“* (MF 12. 6. 2007), používají se i další výrazy: *příslušníci policie, členové policejní jednotky, policejní šetření proběhlo, policejní vyšetřování ukázalo* apod. I v jednotném čísle je policista jakýsi modelový zástupce, nikoli konkrétní osoba: *„Pokud policista zjistí...“*, *„Policista na radaru zkontroluje...“* atd.

Pokud se o policistovi píše v jednotném čísle a jako o konkrétní osobě, stává se tak v případech, kdy je dotyčný hlavním „hrdinou“ sdělení: *„Policista je obviněn, že fotil dětské porno“* (MF 4. 10. 2007), *„Policista v civilu zachránil napadeného“* (PD 11. 11. 2008).

Většinou však policisté skutečně vystupují jako instituce. O její konkrétní činnosti toho navíc moc nevíme. Zatímco se dozvídáme, že lékaři *„se pokoušeli zraněného resuscitovat“*

či že hasiči „*museli oběť z auta vystříhat za použití hydraulických nůžek*“, v případě policistů jsou informace velmi obecné, nepodávají žádnou novou informaci: *Policie řeší případ, monitoruje / vyhodnocuje situaci, provádí šetření, postupuje standardně* apod. Na místě je potom otázka, je-li takové sdělení vůbec potřebné.

Protože slovo *policista* nemá synonymní výraz českého původu (strážník znamená něco jiného než policista), musí si novináři, chtějí-li se vyhnout neúnosnému opakování slov, poradit jinak. Kromě policistů proto jednájí rovněž *strážci pořádku, ochránci pořádku, muži zákona* či *ochránci zákona*.: „*Tři strážci pořádku utrpěli zranění*“ (PD 18. 11. 2008), „*Ochránci pořádku poté vykazali výtržnici, která byla opilá, z kostela ven*“ (PD 2. 3. 2007), „*Muži zákona dopadli pachatele za několik minut*“ (MF 29. 1. 2009), „*Ochránci zákona byli sami součástí spiknutí*“ (MF 28. 5. 2007).

Zejména spojení „*muži zákona / pořádku*“ (ale i *strážci*) je klasickým genderovým stereotypem, obzvlášť je-li zde výslovně použito substantivum *muž*. Mezi policisty je dnes už velké množství žen a obzvlášť v případě hlídek městské policie či dopravních policistů bývá dvojice či trojice tvořena mužem (muži) a ženou. Používání takovýchto pojmenování však vede k tomu, že při představě policejní hlídky si čtenář vybaví bez výjimky muže. Zároveň však, bude-li v textu výslovně zmíněno, že jde o policistku – ženu, čtenářova pozornost se na tento fakt zaměří, přestože pro samotnou událost není vůbec důležitý. Jinými slovy, fráze typu *policisté provedli šetření* jsou rutinní a čteme je automaticky, v případě policistek je tomu jinak: „*Policistka, která měla na starosti pátrání, nenalezla optimální formu spolupráce s otcem pohřešovaného Romanem Rokosem*“ (PD 9. 1. 2008). Pro kauzu ztraceného Honzíka Rokose není důležité, že šlo o policistku, jádrem sdělení je to, že policie a otec chlapce měli na průběh vyšetřování různý názor a došlo k neshodám. Přesto čtenář po této formulaci přemýšlí jiným způsobem, než když kdyby věta zněla „*Policie / policisté nenalezli optimální formu spolupráce s otcem pohřešovaného Romanem Rokosem*.“ Formulace vyvolává dojem, že k neshodám došlo právě proto, že šlo o spor mezi ženou a mužem, ne mezi policií a občanem.

Ženy – policistky se v textech objevují nejčastěji v roli mluvčí, která popisuje nějakou událost: „*Napadl protivníka nožem,‘ řekla policistka Petra Čimová*“ (PD 13. 9. 2007), „*V současné době pátráme po neznámém muži a ženě, kteří v té době byli také v autě,‘ uvedla policistka Altmanová*“ (MF 18. 9. 2008). V jiných případech jde spíše o neobvyklé události: „*Bavorské policistky musely štěkat a plazit se jako psi*“ (PD 1. 11. 2007), „*Host nakažený žloutenkou plivl na policistku*“ (MF 27. 2. 2009). „*Úplatné policistky legalizovaly za peníze pobyt Vietnamcům*“ (MF 7. 1. 2009).

Policisté jsou v novinách zmiňováni většinou ve zpravodajství, a to buď ve zprávách spadajících do černé kroniky, nebo v souvislosti s politickými akcemi či občanskými nepokoji. Komentátoři se policii věnují většinou v souvztažnosti s politickými kauzami (Kubiceho zpráva ad.).

4.3.3 Učitelé

Učitelství patří stejně jako lékařství mezi obory, které jsou společností ceněny. Ještě před několika desítkami let byli učitelé společenskou autoritou, v 19. století byl vedle faráře „pan učitel“ nejdůvěryhodnější a nejmoudřejší osoba i strážce morálky. Děti se učitele bály a respektovaly ho, zároveň ho ale měly rády. Rodiče učitelům nemluvili do toho, jakým způsobem mají své povolání vykonávat. Pokud se učitel na dítě rozzlobil a potrestal ho, stáli rodiče při něm.

S postupem doby a vývojem společenským i školství samotným se situace učitelů proměnila. Stále mají status vzdělaných lidí, elity společnosti, která je oprávněna vyučovat a vychovávat děti. Jejich postavení je ale snižováno především dvěma okolnostmi: nízkým ohodnocením jejich práce a narůstajícími problémy ve vztahu učitel – žák, které vrcholí chybami z obou stran.

Média se na tomto obrazu učitele velkou měrou podílejí. V novinách narazíme v souvislosti s učiteli větší měrou na texty negativní. Na mnoho článků o případech šikany, fyzickém trestání žáků či protestech učitelů kvůli nízkým mzdám případně jen několik zpráv o pozitivních jevech, které souvisí s pedagogií: „*Za řevu a burácejícího potlesku dětí byl včera zvolen učitel roku - Zlatý Ámos*“ (MF 29. 3. 2008), „*Učitelka zachránila život v muzeu*“ (PD 7. 6. 2008).

Nejčastěji se tedy v novinách vyskytuje slovo učitel/ka v těchto kontextech:

Špatná finanční situace učitelů: „*Platy učitelů i nepedagogických pracovníků zůstávají téměř stejné, a tak není divu, že učitelé o sobě dávají vědět nahlas. Je však otázkou, co stávky podobné té včerejší přinesou. Peníze na platy a vybavení, nebo pouze pozornost médií?*“ (PD 10. 6. 2008), „*Ministr financí Miroslav Kalousek (KDU-ČSL) nevylučuje, že učitelé dostanou přidáno, byl by ale raději, kdyby počkali na zvýšení platů do příštího roku. Hrozbou stávky tlačí na vládu školské odbory*“ (PD 22. 4. 2008).

Problémoví učitelé: „*Místo abychom dětem dopřáli sladký věk nevinnosti a šanci na slušnou dospělost, chceme z nich udělat vězně v rukou trýznitelů – vystresovaných a většinou málo kvalifikovaných učitelů, kteří si špatnou náladu ve sborovně často vylepšují panákem a cigaretou*“ (MF 12. 6. 2007), „*Za vším je neopatrnost tří pedagogů, kteří si při koupání dětí*

v *Jistebnici nevšimli, že pod vodou zmizel osmiletý Filip*“ (MF 4. 4. 2007), „*Fackující ředitel: Všem jsem se omluvil*“ (PD 7. 6. 2008).

V posledním příkladu by vhodnější formulace zněla například *fackující ředitel školy*, popřípadě *fackující pedagog* – vidíme zde podobnost s výše citovaným titulkem *Sestry dostanou přidáno. Chtěly víc* (viz. oddíl 4.5.1). V médiích se ale velmi často objevují případy, kdy učitel použije vůči žákovi fyzický trest či jinak nepřiměřeně reaguje na situaci ve třídě. Proto si čtenář takový titulek ihned spojí s učitelem a nikoli třeba s ředitelem firmy (to by ostatně byl velmi kuriózní případ).

Problémoví žáci, šikana: „*Když si včera ráno ředitel základní školy v Letovicích na Blanensku Miloš Randula otevřel elektronickou poštu, nestačil se divit. Našel tam totiž odkaz na videonahrávku na internetu, v níž žáci na chodbě jeho školy skáčou proti zdi, srážejí se v běhu k zemi i ze židle. Záběry na nahrávce vypadají velmi nebezpečně*“ (PD 10. 4. 2008), „*Školačky skončily včas v péči lékařů a psychologů. Vůbec první odhalený případ šikany na zdejší základní škole šokoval pedagogy i rodiče*“ (MF 27. 3. 2007), „*Kyberšikana, tedy šikanování učitele (i spolužáků) natáčením na mobil, je jedním ze symbolů novodobých poměrů na českých školách. Přestože víkendová sebevražda pedagoga byla prvním podobným případem v Česku, dá se říci, že zostuzením na internetu jsou ohroženy stovky českých kantorů*“ (MF 5. 2. 2009).

Média bohužel tyto problémy povětšinou tematizují jako konfrontaci učitel versus žák. Vliv rodiny, reakce rodičů na chování žáků a jejich vyjádření k těmto událostem se v textech objevují málokdy – a přitom právě role rodiny je při řešení dané problematiky zásadní (stejně jako rodinné poměry mohou být příčinou celé situace).

Problémy ve školství (systém výuky, přijímací zkoušky apod.): „*Žáci devátých tříd se včera zapotili u přijímacích zkoušek na střední školy daleko méně než v minulých letech. Právě letošní patnáctiletí patří k nejslabším populačním ročníkům, takže na mnoha školách se poptávka a nabídka vyrovnává. Překvapivě to platí též o mnoha čtyřletých gymnáziích, kam ředitelé přijímali studenty bez zkoušek. K úspěšnosti jim stačil dobrý prospěch na základní škole*“ (PD 22. 4. 2008), „*K džungli přirovnávají letošní přijímací zkoušky na střední školy někteří rodiče, ale také ředitelé základních a středních škol v kraji. Důvodem jsou změny, které letos nastávají. Jedná se především o možnost tří podaných přihlášek na vybranou školu, o změny v oborech a změny v tiskopisech*“ (MF 27. 1. 2009).

Samozřejmě ne všechny články související s pedagogy a školstvím mají negativní konotace, chybí však zprávy pozitivní, opačný protipól. Na pomyslné stupnici se většina textů pohybuje

od středu, tedy neutrálních informací věcného typu (*Vysoké školy letos přijmou o deset procent studentů více než loni*) směrem ke sdělení negativním.

Na rozdíl od lékařů a policistů novináři ve svých textech poměrně důsledně rozlišují učitele a učitelky. To je dáno tím, že v této profesi pracuje více žen než mužů (bez výjimky v jeslích a mateřských školkách, velkou měrou na základních školách). I stereotyp typického učitele je spojován se ženou, navíc s převážně negativní konotací: Typická učitelka je starší žena, která podléhá rutině a nemá již žádné pedagogické ideály (druhou, méně častou variantou je mladá učitelka plná ideálů, ale s nulovou autoritou). Často bývá přísná, hysterická a nepříjemná, je „poznamenaná“ svým povoláním. Stereotypizován je rovněž její vzhled – obléká se nezajímavě a nemoderně. Není přitažlivá, působí upjatě, často nosí brýle. (srov. diplomovou práci absolventky FF UK Libuše Macounové *Stereotyp učitele a učitelky v češtině*, 2005). Přesto je výraz *učitelé* frekventovanější, zejména kvůli formulacím typu *Učitelé s novým zákonem nesouhlasí* apod., které souvisí s celou pedagogickou obcí.

O učitelích se v novinách píše nejvíce ve zpravodajství, v ekonomických rubrikách a rovněž v textech patřících do černé kroniky. Komentátoři se zaměřují na kroky vlády v oblasti školství a na jednotlivé kauzy (případ učitelky, která natočila porno se svým žákem).

4.4 STEREOTYPY NÁRODNOSTNÍCH MENŠIN

Stereotypy, které souvisí s jakoukoli menšinou, ať národnostní, nebo nějakým způsobem od většinové společnosti diferenciovanou, jsou klasickým příkladem jednoduchých heterostereotypů. Je to vymezení ve smyslu opozice **my** – **oni**, které zůstává v lidech stále hluboce zakořeněno (srov. Vaňková 2005, s. 65).

O národnostních menšinách informují média pravidelně. V České republice jich žije hned několik – Vietnamci, Ukrajinci, Slováci, Poláci, Němci, Romové, ale i Britové, Američané či Italové. I když se situace pozvolna proměňuje k lepšímu, stále existují bariéry a předsudky, zejména vůči přistěhovalcům či námezdním silám z východní Evropy a z Asie a taktéž vůči Romům. Zatímco média doby porevoluční v první polovině devadesátých let těmto postojům značně napomáhala, někdy záměrně, jindy nechtěně, dnes si novináři v zájmu takzvané politické korektnosti dávají velký pozor, jak o citlivých tématech informovat (srov. Homoláč 1998, s. 57n.).

Politická korektnost je záměrné ovlivňování jazyka, jehož cílem je odstranit výrazy, které se pojí s nepříznivými konotacemi a stereotypy a které proto některými lidmi mohou být považovány za urážlivé a diskriminující. Taková pojmenování jsou proto nahrazována jinými, která stejný denotační význam vyjadřují eufemisticky (například tlustý – plnoštíhlý, postižený

– handicapovaný), často tak vznikají výrazy složité a neproduktivní (postižený – osoba se sníženou schopností pohybu a orientace).

V souvislosti s národnostními menšinami se politická korektnost dodržuje obzvlášť důsledně. Černoši jsou nahrazení Afroameričany nebo africkými Američany, z Indiánů se stali rodilí Američané, z eskymáků Inuité.

4.4.1 Romové

V Česku je klasickým příkladem dvojice pojmenování cikán – Rom. Zatímco kdysi bylo označení „cikán“ běžné a nikdo se nad jeho používáním nepozastavoval, dnes je považováno za urážlivé. Pokud dnes někdo použije výraz cikán, automaticky to navozuje negativní konotaci. Různá nacionalistická hnutí, která Romy programově urážejí, proto z principu používají pojmenování cikán a nikoli Rom.

Média si v informování o Romech přísně kontrolují způsob vyjadřování, ale ještě několik let po revoluci tomu tak nebylo (srov. Homoláč 1998). Tehdejší černé kroniky všech deníků byly plné zpráv, ve kterých Romové sehráli nějakou roli. Působilo to téměř, jako by každý trestný čin páchali pouze příslušníci romského etnika. Na permanentním přísunu zpráv do černých kronik měl podíl fakt, že po roce 1989 prudce vzrostla kriminalita, zároveň zanikla cenzura a „nová“ média často lačnila po senzačních až bulvárních informacích. S tímto přístupem se čtenáři setkali poprvé, a tak měly tento přístup úspěch.

Hlavním důvodem časté přítomnosti Romů v černé kronice je ovšem fakt, že zatímco v případě vraždy spáchané Čechem se národnost pachatele nezmiňuje, protože je to samozřejmé, v případě Romů (ale i jiných národností) redaktoři vždy původ zločinců explicitně zmínili, a to většinou už v titulku: „*Byli to tři cikáni!*“, „*Přepaden Romkou*“, „*Cikáni se poměli*“, „*Snědí muži ve tmě snáze zmizeli*“, „*Rozzlobený Rom s nožem*“, „*Opět snědý kuplíř v akci*“ (srov. Homoláč 1998). Čtenář pak při čtení novin nutně získával dojem, že Romové stojí za většinou trestných činů, protože zatímco při popisu deliktů spáchaných Čechy byla jeho pozornost soustředěna na samu podstatu a okolnosti činu, při zmínce o Romech si zločin automaticky spojil s romskou komunitou, která si nálepku „co Rom, to delikvent“ nese ve společnosti dílem dodnes.

Když jsme excerpovali rubriku Černá kronika Pražského deníku v období dvou let, narazili jsme na překvapivě malé množství zpráv (vzhledem k celkovému počtu textů), které pojednávají o zločinech spáchaných Romy. Nedokážeme přesně říci, jak velkou roli v tom hraje fakt, že tato rubrika pojednává pouze o kriminalitě v rámci Prahy. Je pravděpodobné, že v regionálních denících například ze severních Čech a tamějších měst, kde je romská

populace početněji zastoupena, jsou tyto texty častější. Přesto nás však výsledek excerpcce překvapil.

Pravdou však také je, že zmínka o romské národnosti pachatelů se objevuje, i když pro samotný případ nemá žádný význam. Články upozorňují například na romskou národnost kapsáře. Je však romský kapsář v něčem jiný než kapsář, který je Čech či příslušník úplně jiné národnosti? Mělo by snad jeho jednání být posuzováno jinak? Pokud hraje národnost při vyšetřování zločinu a informování o něm nějakou roli, proč potom texty neobsahují explicitní formulace typu „*Dva pachatelé české národnosti přepadli klenotnictví*“?

V žádném z článků Černé kroniky se výraz Rom / Romové neobjevuje v titulku. Zde je vidět velký rozdíl mezi novinami první poloviny devadesátých let a dnešními deníky: „*Loupil v noční herně*“ (PD 22. 2. 07), „*Vykrádali auta a skončili za katrem*“ (PD 23. 6. 08). Je dost pravděpodobné, že ještě před několika lety by tyto titulky zněly „*Rom loupil v noční herně*“ či „*Snědí mladíci vykrádali auta a skončili za katrem*.“ S takovými nadpisy už se dnes v novinách nesetkáme, romská příslušnost pachatelů je však připomenuta hned na začátku textu (oba úryvky z textů uvozených výše zmíněnými titulky):

„*Mladý, romsky hovořící mladík přepadl hernu v Nádražní ulici v pátém pražském obvodu. Nevysoký darebák maskovaný kapucí napadl překvapenou a vyděšenou ženu pěstmi a kopanci a odnesl si sebou veškerou utrženou hotovost.*“

„*Kriminalisté zadrželi dva romské pachatele, kteří v Libni a na Žižkově vykrádali osobní auta. „Prokázali jsme jim sedm případů,“ upřesnil včera kriminalista policejního obvodu Praha III. Uvedl, že podle něj vyloupili aut mnohem víc. Prokázaný počet krádeží se škodou okolo třiceti tisíc korun by však měl postačovat k odsouzení.*“

Také v dalších případech autor textu akcentuje romskou národnost delikventů:

„*Podezřelá trojice hovořící s romským přízvukem obstoupila nic netušícího chlapce a donutila ho pod pohrůžkou násilí vydat hotovost a mobilní telefon*“ (PD 9. 1. 08).

„*Jeho kumpán, který pouze stál u dveří, nekomunikoval, byl nervózní. Věk zhruba pětáctýřicet let, 160 až 165 cm vysoký, hubené postavy, má středně dlouhé černé vlasy, na tváři neholené strniště. Na sobě měl černou těžkou látkovou bundu, modré džíny. Mohl to být Rom nebo Rumun, zanedbaného vzhledu. Po celou dobu loupeže pouze hlídal a nevyjadřoval se*“ (PD 17. 1. 2008).

„*O kousek dál, v Karlově ulici policisté zatkli skupinku tří romských žen přímo ve chvíli, kdy se pokusily okrást zahraničního turistu. Všechny tři ženy už byly obviněny a putovaly do vazby*“ (PD 2. 1. 2009).

Všechny tyto příklady vzbuzují přinejmenším pochybnosti, nakolik je romská příslušnost pachatelů pro dané sdělení relevantní. V třetím a čtvrtém příkladu (9. a 17. 1. 2008) je navíc sporné i to, nakolik je informace o romské národnosti zločinců důvěryhodná. Opravdu malý chlapec rozpozná „romský“ přízvuk? A lupič, který snad „mohl být Rom nebo Rumun“? Kromě černých vlasů (a i tato charakteristika je vzhledem k jejich možnému obarvení velmi diskutabilní) nic neukazuje na to, že šlo o Roma (Rumuna).

Oběťmi přepadení navíc v tomto případě byli turisté z Itálie, kteří se kvůli jazykové bariéře při popisu pachatelů jen stěží mohou odvolávat na „romský přízvuk“. Z textu však víceméně vyplývá, že ten, kdo vypadá zanedbaně, má delší černé vlasy a strniště a spáchá nějaký zločin, je určitě Rom.

Všechny další texty v rubrice Černá kronika, které se týkají Romů, souvisejí s krádežemi, loupežemi, kapsářstvím či distribucí drog. Neobjevuje se žádný čin vraždy.

Zajímavá je zmínka o Romech v článku „*Ozbrojený gang řádí v tramvajích*“ (PD 3. 4. 08): Text je poměrně rozsáhlý a detailně popisuje řádění skupiny násilníků ve čtvrti Karlíně. Téměř celý článek opakuje pojmenování *gangster* nebo *gang* bez bližší specifikace, v posledním odstavci se však objevuje tato formulace:

„Je to už druhý gang, který řádí v Karlíně. První přepadávali lidi na ulicích za bílého dne a bije je bambusovou holí. Z těch pistolníků mám obavu. Snažíme se je dopadnout dřív, než dojde k nevratné tragédii,“ odpověděl Deníku kriminalista seznámený s útoky romských gangů v Karlíně.“

Informace o původu násilníků je v textu zmíněna jakoby mimochodem, přesto čtenáři dozajista utkví v souvislosti s tímto případem v hlavě. Romská příslušnost je natolik příznakový rys, že vzbudí pozornost bez ohledu na to, kde se o ní v daném článku píše.

Vzácným případem jsou v Černé kronice naopak texty, v nichž Romové vystupují v roli poškozených, jak je tomu v článku „*Dobrou chvíli si pro vloupání nevybral*“ (PD 2. 6. 2008): „*Na včerejší neděli zřejmě nebude v dobrém vzpomínat mladík, který se pokoušel vloupat do zaparkovaného vozidla v Plzeňské ulici. To patřilo tamní romské komunitě, která mladíka při jeho nezákonném počínání přistihla. Po menší fyzické výměně názorů byl provinilec předán policistům, kteří ulicí právě projížděli.*“

V citovaném úryvku jsou dobře patrné charakteristické rysy černé kroniky. Obraty „*nebude vzpomínat v dobrém*“ a „*menší fyzická výměna názorů*“ se víc než zpravodajství blíží narativnímu zpracování. To je hlavní rys, jímž se černé kroniky liší od klasických zpráv.

V textu „*Drogový dealer byl zatčen na Floře*“ (PD 12. 6. 2008) stojí Romové na obou stranách zákona:

„Podle Žižkováků patří obviněný k místní romské komunitě. Ta je však v otázce drog rozpolcena. ‚Chtěl bych ocenit zvláště žižkovské romské matky. Ve snaze uchránit své děti před drogami se odhodlaly upozorňovat nás potajmu a často i anonymně na romské i neromské pouliční drogové dealery. To je dobrý obrat v jejich smýšlení,‘ poznamenal kriminalista. Zdůraznil, že už právě proto nelze házet všechny Romy do jednoho pytle.“

Je třeba říci, že ač kriminalista své závěrečné vyjádření jistě myslel pozitivně, jeho slova vyznívají nakonec spíše negativně. Navozují totiž dojem, že chování romských matek bylo vzácnou výjimkou a že pravidlem je opačné jednání. I za situace, že tomu tak opravdu je, by text neměl takové asociace vzbuzovat.

O tom, jak citlivá romská tematika je, svědčí i článek „*Brutální útočníci jsou ve vazbě*“ (PD 29. 5. 2008): Pojednává o násilném útoku, při němž tři útočníci napadli tři zahraniční studenty (útok byl tak brutální, že jedna z obětí bojovala o život). V textu se dočteme:

„Citlivou otázkou v rozhodování soudů a informování veřejnosti byl fakt, že obvinění jsou podle informací Deníku Romové trvale bydlící na Černém Mostě. ‚To nemůžeme potvrdit, ale ani to nebudeme vyvracet,‘ řekl Deníku jeden z pracovníků soudu.“

O něco níže text pokračuje:

„Romský trojlístek rvačku vyvolal z dosud neznámých důvodů tak, že nejprve začal bít albánskou studentku. Irský kolega jí přispěchal na pomoc, ale údery boxerem na ruce sedmnáctiletého Roma ho srazily k zemi. Pak do něj všichni tři Romové zuřivě kopali. Hlavně do hlavy.“

Záležitost je problematická, protože společnost uvažuje o Romech stereotypně v tom smyslu, že jsou problémové etnikum, které často páchá trestnou činnost v podobě krádeží apod., ale zároveň panuje představa, že Romové jsou obětí rasismu, těmi, na koho podnikají útoky příslušníci hnutí skinheads a nejružnějších ultrapravicových uskupení. V rasové otázce jsou Romové vnímáni jako oběť, nikoli jako útočník (ať vůči nim společnost zaujímá negativní postoj, nebo ne).

Daný útok na zahraniční studenty je však atypický: Agresorem by přece neměli být Romové, ale právě nacionalisté. A Romové by měli být na místě těch, kdo byli napadeni. Proto je citlivou otázkou nejen pro soud, ale i pro média, jak o takové události informovat. Že by příslušníci romského etnika napadli někoho z rasových důvodů (a přestože toto článek explicitně nesděljuje, nezmiňuje se ani o loupežné motivaci), nabourává ustálené stereotypy, ve vnímání společnosti je to „rasismus naruby“.

Mladá fronta DNES nemá rubriku Černá kronika, o trestných činech, v nichž jsou Romové nějakým způsobem zainteresováni, informuje v rámci klasického domácího zpravodajství.

Takových případů se tady ale vyskytuje minimum. Domácí zpravodajství zahrnuje události celorepublikového významu. Pokud se zde objeví informace o trestném činu, týká se závažných zločinů, proto zde nenajdeme texty o vykrádání aut či kapsářích (pokud nesouvisejí s nějakým celostránkovým materiálem nazvaným Téma DNES, například „Turistická sezona začíná“ či „Jak zabezpečit automobil“, v nich se ale samozřejmě o Romech nepíše).

Ani v regionální příloze pro Prahu se tyto texty neobjevují, rozsáhlejší materiály jsou zpracovávány v obecnějším duchu („Nejvíce aut se ztrácí na jihu metropole“ apod.), krátké jednosloupcové texty se kriminalitě až na výjimky nevěnují.

O Romech Mladá fronta DNES informuje v jiném kontextu, který si s nimi společnost pevně spojuje: jako o problematické sociální skupině, která má problémy s prací, sociálními dávkami, vzděláváním, soužitím s ostatními, obecným pořádkem. S tím souvisí i zprávy o střetech Romů s pravicovými extremisty či politických krocích při řešení jejich situace.²

V takových případech je samozřejmě adekvátní a žádoucí umístit slovo Rom / Romové i do titulku zprávy: „*Chceme domů, do Vsetína, říkají Romové*“ (MF 12. 7. 2007), „*Romům se rozhodnutí nelíbí*“ (MF 10. 10. 2007), „*Čunek vystěhováním Romů neporušil zákon*“ (MF 9. 10. 2007), „*Na práci s Romy mají tři čtvrtě milionu*“ (MF 26. 9. 2007), „*Vystěhovaní Romové dluh zaplatili*“ (MF 14. 9. 2007) ad.

V textech, které se Romy zabývají, autoři často nekritizují je, ale také ty, kdo stojí na pomyslné opačné straně barikády. Potom si dovolí ostřejší tón, než jaký by použili vůči Romům samotným. Tím, že kritizují ne romskou komunitu, ale ty, kdo stojí mimo ni, mohou použít i takové formulace, které by si nedovolili, pokud by oslovili přímo Romy:

„*Čeští i světoví politici se stále častěji ohrazují nad jakýmikoliv projevy nesnášenlivosti vůči nesnášenlivým občanům tmavé pleti - Romům. Dokazuje to jejich nesmírnou omezenost. Dokáží se jen ohrazovat proti jakémukoliv radikálnějšímu řešení: stěhování Romů z rozpadlého pavlačového domu jinam atd. Oni sami jsou však neskuteční pokrytci, kteří vůbec nemají potuchy o tom, jaké je soužití s Romy. Z nichž většina se chovat slušně nedokáže a jak se ukazuje po dlouhá léta, hned tak se chovat ani nebude. Jak by se líbilo všem kritikům Čunka a Janáčkové, kdyby se jim do jejich domu nastěhovalo několik romských rodin, do noci dělalo kravál, zapalovalo ohně na chodbě či před domem? Stali by se rasisty!*“ (MF 4. 9. 2007).

Autor tohoto textu vystupuje proti Romům velice ostře, ale čtenáři textu to nevnímají, protože kritika v článku je zaměřena vůči nim: běžným občanům, kteří protestují proti

² V odborné literatuře srov. například práce M. Hübschmannové

návrhům. A pokud se čtenář sám cítí výtkami dotčen, nevěnuje již pozornost tomu, jaký je přístup k někomu jinému.

Nechat v textu promluvit v přímé řeči konkrétní osoby místo toho, aby autor vyjádřil vlastní stanovisko, je rovněž způsob, jak může článek použít ostrého tónu, aniž by bylo pisatele možné obvinít z jakékoli zaujatosti či projevů nesnášenlivosti. Příkladem je článek „*Kvůli romským rodinám se odstěhovala pryč*“ (MF 1. 9. 2007):

„Reportáž o romských rodinách, na jejichž ‚temperamentní‘ chování si stěžují obyvatelé domů v Ostravě Fidejdách, nenechala klidnými některé další čtenáře. Popsali své krušné zážitky s představiteli romské komunity. ... Jejich životní styl je opravdu na hony vzdálen od našeho, ale pokud chtějí žít vedle ‚bílých‘, musí se naučit respektovat jistá pravidla. A to oni neumí a ani nechtějí. V domě, kde žijí moji rodiče, se objevily také dvě romské rodiny a od té chvíle se z mého domu, kde jsem prožila normální šťastné dětství, stal dům hrůzy.“

Zvolit jako protiklad k Romům označení „bílí“ je poměrně troufalé, o čemž svědčí i použití uvozovek. Novinář si takový výraz dovolit nemůže, pokud ale zprostředkovává slova někoho jiného, projde i takové pojmenování. Citovaný text má působit i na emoce, na které útočí vytvářením představy krásného útulného domu, v němž šťastně vyrůstaly ony „bílé“ děti, a který se po příchodu problémových Romů stal „domem hrůzy“.

Takto subjektivně stylizované texty se v Mladé frontě objevují poměrně často. V případě reportáží a tzv. lidsky jímavých příběhů je to – pokud je dodržena určitá mez – v pořádku, v klasických zprávách ale nemá subjektivní tón zaznít. Mladá fronta však rozdíl mezi reportáží a nezaujatou zprávou často stírá.

Tím, že se obsah zpráv o Romech dlouhodobě příliš neliší a týká se povětšinou stále stejných událostí, mohou novináři počítat s určitou informovaností čtenářů. Pokud by titulek zprávy zněl například „*Ve Stodůlkách hrozí střety v ulicích*“, nikdo si s tímto pražským sídlištěm nic nespojí. Pokud však nadpis zní „*Chánov / Janov se připravuje na tvrdý boj*“, je zřejmé, kdo proti komu bude bojovat.

Zároveň je však třeba říci, že Mladá fronta o Romech informuje i v mnoha jiných souvislostech, a snaží se tak o vyváženost svého zpravování. O romském etniku píše hojně například v kulturních rubrice:

„Pintovku oživí romská cimbálka“ (29. 6. 2007), *„Festival nabídne písně a tance Romů“* (29. 6. 2007), *„V Hradišti vystoupí Cigánski diabli“* (MF 11. 12. 2008), *„Úspěšní Romové jsou zvěčněni na obrazech“* (MF 9. 9. 2008), *„Cikáni se vracejí na hrad“* (MF 26. 8. 2008) apod.

Poslední citovaný titulek ukazuje, že existují situace a kontexty, za kterých je možné výraz „cikáni“ použít bez negativních konotací. Takovým kontextem je právě kultura, zejména hudba. Spojení jako *cikánské melodie*, *cikánská muzika*, *cikánské housličky* ad. jsou specifickými pojmy na hudebním poli, mají pevně daný význam a pozměnění adjektiva cikánský na romský by změnilo jejich smysl. Cikánská muzika je specifický druh hudby provozované potulnými kočovnými dob minulých, proto se také používá výhradně označení muzika, nikoli hudba. Naopak pokud informují média o nějaké kulturní akci, píší o festivalu *romské hudby*.

U zmíněného titulku „Cikáni se vracejí na hrad“ je ještě třeba dodat, že se nejedná o návrat konkrétních osob romské národnosti, ale o představení balady *Cikáni jdou do nebe*. O to odvážnější však použití takového titulku je, protože bez znalosti kontextu může mít zcela zavádějící výklad.

4.4.2 Ukrajinci, Slováci, Vietnamci

Ukrajinská, slovenská a vietnamská komunita jsou nejpočetnějšími národnostními menšinami v České republice (v tom smyslu, že jde o cizince, Romové mají české státní občanství). Z celkového počtu všech cizinců v Česku, kterých je přibližně 438 tisíc, tvoří Ukrajinci 30 procent (asi 132 tisíc lidí), Slováci 17 procent (76 tisíc) a Vietnamci 14 procent (60 tisíc).³

Příslušníky těchto národů přivedly do České republiky různé okolnosti. Vietnamci přicházeli na výměnné studijní pobyty v době komunismu, mnoho jich zde zůstalo, přicházely jejich rodiny a ty daly podnět dalším obyvatelům Vietnamu. Slovenští občané žijící u nás se etablovali především z řad vysokoškolských studentů nebo pocházejí ze smíšených česko-slovenských rodin. Ukrajinci přicházejí jako levná pracovní síla vesměs v manuálních odvětvích.

Při takto hojném zastoupení těchto národností je logické, že se v médiích objevují poměrně často. Informace o nich se ovšem – stejně jako v případě Romů – točí kolem stále stejných událostí, a tak vznikají pevná sousloví jako *ukrajinský dělník* či *vietnamský trhovec*.

O Slovácích žijících v Česku se dočteme nejčastěji v souvislosti s trestnými činy. Není to proto, že by bylo mezi slovenskou komunitou více delikventů, ale proto, že v jiných případech, které se Slováky nějak souvisí, se o nich redaktori prostě nezmiňují. Pokud píší o nějaké firmě, která má slovenské zaměstnance, není důvod to uvádět, apod.

³ Údaje Českého statistického úřadu k 31. 12. 2008

Stejně jako v případě Romů tedy vyvstává otázka, nakolik je důležité národnost pachatele akcentovat, zda má pro dané sdělení opravdu relevanci. Může pak totiž vzniknout zcela mylný dojem, že do Česka přicházejí problémoví Slováci, kteří mají ve své rodné zemi potíže se zákony:

„V půl osmé večer pochytili kriminalisté skupinku tří slovensky hovořících zlodějů, kteří na Staroměstském náměstí okradli turistku o peněženku i s doklady“ (PD 9. 1. 2009).

„Pracovníkům nákupního centra pro kutily v Dolních Chabrech se předevčírem večer podařilo zadržet čtyři povedené nakupující. Tři muži a jedna žena, všichni slovenské národnosti, se pokusili odcizit vysokotlaký mycí agregát“ (PD 16. 8. 2008).

Slovenská národnost se zmiňuje rovněž v případech, kdy dojde k nějakému neštěstí:

„Dvacetiletý Slovák se v neděli večer pokoušel spolu se svým kamarádem přelézt z okna v nejvyšším patře budovy, kde bydlel, na střechu. Po tom, co se mu smekla noha, se však zřítíl ze čtvrtého podlaží na zem. Svým zraněním podlehl“ (MF 4. 5. 2007).

Někdy se národnost uvádí již v titulku jako nejdůležitější informace: *„Sebevrah pocházel ze Slovenska“* (MF 18. 4. 2008), neboť je tím jediným, co může policie o totožnosti oběti sdělit; o den dříve při prvních zprávách o neštěstí noviny uváděly, že identita mrtvého je neznámá. Informace o jeho národnosti tudíž může být i způsobem, jak zúžit okruh možných obětí, a uklidnit tak například studenty, kteří se bojí, že mohlo jít o jejich kamaráda:

„Mladík, který včera dopoledne vyskočil z okna čtvrtého patra budovy pražské filozofické fakulty, pocházel ze Slovenska. Smrt pětadvacetiletého muže bude policie vyšetřovat jako sebevraždu, jeho totožnost jsme již zjistili,“ sdělila policejní mluvčí Eva Miklíková. Jak se muž do budovy dostal, to kriminalisté ještě samozřejmě došetřují.“

Kromě této nešťastné události se slovenští studenti dostávají na stránky novin i v pozitivních kontextech:

„Potkat v olomoucké fakultní nemocnici medika, který mluví slovensky, není dnes už nic neobvyklého. Slováci mají totiž o studium na Lékařské fakultě Univerzity Palackého v Olomouci velký zájem, dokonce letos z více než patnácti set uchazečů, kteří si podali přihlášku na obor všeobecné lékařství, je téměř každý šestý ze Slovenska. Fakulta jejich zájem vítá. Může tak vybírat nejlepší uchazeče a nemusí snižovat požadavky. Velká část slovenských lékařů po skončení školy v Česku také zůstává“ (MF 10. 5. 2007).

Příslušníky ukrajinské menšiny si společnost spojuje hlavně s dvěma předsudky: tím, že v Česku manuálně pracují za málo peněz, a že jsou to většinou problémoví občané – viz. fráze jako *„Když se nebudeš dobře učit, skončíš jako Ukrajinec s lopatou u výkopu“* nebo *„Je to tady jedna velká ukrajinská mafie“*.

To ostatně přímo potvrzují i novináři: „Ukrajince si dodnes většina Čechů představí buď jako mafiány, nebo nelegální dělníky. Vietnamce zase jako stánkaře za pulty plnými pašovaného zboží. Nápad otevřít policii těmto menšinám možná není bez určitého rizika. Co ale je?“ (MF 22. 4. 2008).

Najít v novinách o Ukrajincích žijících v Česku zprávu vysloveně pozitivní je prakticky nemožné, úspěchem jsou i sdělení neutrální, kde ale ukrajinská národnost aktérů je pouze průvodním jevem, nikoli relevantním znakem události. Pro srovnání uvádíme dva články z Pražského deníku, které se týkají téže události:

Dům na Smíchově ukrýval poklad – „Pořádný ranec peněz možná připadne třem ukrajinským dělníkům, kteří zedníci v Duškově ulici v Praze 5. V neděli našli ve vybouraném světlíku téměř půltunový stříbrný poklad. „Nejprve je třeba určit, zda se jedná o archeologický nález. Pokud ano, náleží nálezci odměna 10 % z ceny ryzího kovu na trhu,“ řekl Deníku tiskový mluvčí ministerstva kultury Jan Cieslar“ (PD 19. 11. 2008).

S poctivostí nejdál dojdeš – „Jako v pohádce si musela připadat trojice ukrajinských dělníků, když jim smíchovská zeď vydala své tajemství staré možná několik desítek let. Při nedělní šichtě se jim při bourání zdi podařilo nalézt téměř půltunový stříbrný poklad. Za jejich poctivost jim byla přislíbena odměna, dělníky tak čekají nadějně vyhlídky na budoucnost. Možná konečně nebudou muset pracovat tisíce kilometrů od svých rodin. Milovníci dobrých konců tak mohou vypnout sladáky v televizi a odložit červenou knihovnu, neboť ta se odehrává v přímém přenosu na Praze 5. Uleví se i staromilcům volajícím po starých dobrých mravech. Poctivost tentokrát opravdu došla nejdále. Možná jen do té doby, než dělníky o zaslouženou odměnu připraví někdo jiný. Třeba „zprostředkovatel“ zaměstnaní tady v Česku“ (PD 19. 11. 2008).

V prvním textu je nejdůležitější informací to, že na Smíchově byl nalezen poklad, který má zřejmě značnou hodnotu. Svůj význam má i to, že ho objevili dělníci při rekonstrukci domu. To, že byli ukrajinské národnosti, ale nemá pro dané sdělení žádný význam, a je to zmíněno jako okrajový fakt.

V druhém článku (jedná se o glosu) naopak národnost nálezců hraje hlavní roli. Autorka je sice třem Ukrajincům nakloněna, ale její opakovaná zmínka o poctivosti vyvolává dojem, že chování tří dělníků (tedy že nález nahlásili a odevzdali) je překvapivé a nečekané v souladu s předsudky vůči Ukrajincům. K tomu přispívá i závěrečná poznámka, že i když tito tři dělníci náhodou (?) byli výjimkou z pravidla, o zaslouženou odměnu je nakonec beztak připraví některý z bossů, kteří jim v Česku zprostředkovávají práci.

Tato zpráva je však skutečně spíše výjimkou, jinak se o Ukrajincích píše opravdu především ve spojitosti s kriminalitou. Mnohem častěji než v případě Romů je národnost pachatelů uváděna už v titulku, a to zejména v Pražském deníku. Dokazuje to, že informování o Romech je mnohem citlivější na jazykové zpracování. V případě cizinců jsou texty více přímočaré, což je dáno i tím, že nejde o jednu konkrétní komunitu, ale různé národy, a pozornost je tedy upřena více směry.

Uvádíme několik příkladů titulků: „*Suroví Ukrajinci brutálně zbili mladou ženu*“ (PD 30. 10. 2008), „*Dva opilí Ukrajinci řádili v restauraci*“ (PD 23. 9. 2008), „*Agresivní Ukrajinec neměl platné vízum*“ (PD 28. 8. 2008), „*Pražští policisté chytili dva ukrajinsky hovořící zločince*“ (PD 23. 7. 2008), „*Policie chytila Ukrajince, kteří obchodovali s lidmi*“ (MF 8. 3. 2008).

Pohled na Vietnamce je v české společnosti rovněž stereotypizován, rozhodně ale příznivějším způsobem, než je tomu v případě Ukrajinců. Češi si o Vietnamcích myslí, že jsou to podvodníci, kteří šidí zákazníky na tržištích, že prodávají nekvalitní a padělané zboží, ale zároveň že jsou to pilní a pracovití lidé, kteří o problémy nestojí. Češi se vietnamských obchodníkům trochu posmívají, zároveň u nich ale velké množství lidí nakupuje především kvůli příznivým cenám – ať už ve stáncích nebo kamenných obchodech.

Vietnamci byli původně relativně bezproblémovou menšinou, než se pustili do nelegálního obchodování s padělaným zbožím a výroby a prodeje drog. Přesto navenek žijí klidně a spořádaně (a většinou snad taková opravdu jsou), dětem chtějí dopřát co nejvyšší vzdělání, učí se češtinu a přizpůsobují se pravidlům země, v níž žijí. O tom se píše zejména v souvislosti s jejich pracovními aktivitami:

„*Vietnamci v kraji se hojně přesouvají ze stánkového prodeje do restaurací, barů a heren. Řada z nich také otevírá svá kadeřnictví, pedikúry a nehtová studia. Podniky většinou Vietnamci odkoupí, anebo otevřou nové vlastní*“ (MF 2. 9. 2008).

„*Vietnamců žije v metropoli pouze něco přes 7000, přesto je zná téměř každý Pražan a velká většina z nás, alespoň občas, využívá jejich služeb. O textilní zboží již není zájem, proto se tradičně podnikaví Vietnamci přeorientovávají například na obchody s potravinami*“ (PD 17. 1. 2009).

Část Vietnamců, kteří v Česku pracují, je však zaměstnána načerno:

„*Šest Vietnamců pracujících ve firmě na Českobudějovicku vyhostili policisté z Česka kvůli nelegální práci. Cizinci ve věku 25 až 37 let neměli povolení od úřadu práce*“ (MF 2. 10. 2008).

„Mezi nelegálně zaměstnanými cizinci u nás už několik let vedou podle MPSV občané Ukrajiny. V závěsu za nimi pak jsou Vietnamci a občané Mongolska“ (PD 22. 12. 2008).

Vietnamci jsou v Česku stále ještě nejvíce spojováni s prodejem na tržnicích. I když už největší boom tržnic pominul a majetnější vietnamští obchodníci se stěhují do kamenných obchodů, tržišť je po celé republice stále velké množství – zejména blízko hranic a samozřejmě také v hlavním městě. Tržiště jsou symbolem prodeje levného zboží, především textilu, obuvi, zahradních dekorací, cigaret a hudebních či filmových nosičů. Zboží má pověst nekvalitních výrobků, stát vytrvale bojuje proti prodeji padělků.

„Padělký značkového zboží v hodnotě pěti milionů korun zabavili jihočeští celníci při třech kontrolách na Prachaticku a Českobudějovicku během minulého týdne. Na tržnici zvané Mirage u obce Strážný nejdříve překvapili prodejce u dvou stánků. Asiáté je nestačili uzavřít a utekli. Inspektoři v nich objevili především padělký textilních výrobků a audiovizuálních nosičů“ (MF 9. 9. 2008).

Tržnice ovládají bez výjimky vietnamští trhovci, a proto není nutné se o nich v textu explicitně zmínit. Stejný význam mají výrazy *Asiáté* či *asijské trhovce*. Ty jsou za normálních okolností pojmem, který je označení Vietnamci nadřazený; zahrnují více národností, v tomto kontextu však zastávají synonymní postavení.

Zatímco při vpádu do bytu drogového dealera podnikne policie *zátah*, v boji proti padělkům jde většinou o *razii* (tj. neočekávanou prohlídku):

„Po nedávném ničujícím požáru udeřila v sobotu na asijskou tržnici SAPA v pražské Libuši další pohroma v podobě masivní razie. Cizinecká policie společně s celníky a inspektory České obchodní inspekce doslova pročesala areál ‚Malé Hanoje‘ metr po metru v rámci akce, která měla pracovní název Mikuláš“ (PD 24. 11. 2008).

V posledních letech se však zprávy, které se týkají Vietnamců, stávají dramatičtějšími. Vietnamská komunita v Česku se rozrůstá. Kromě lidí poctivých a těch, kteří podvádějí na tržištích, se formuje také nová skupina, se kterou jsou stále větší potíže. Vietnamci začínají konkurovat ruským, ukrajinským či balkánským gangům a pouštějí se do nelegálních obchodů s drogami. S tím souvisí i narůstající kriminalita a zpráv o násilnostech, jejich aktéry byli i příslušníci vietnamské národnosti, přibývá:

„Bláhová by byla představa, že těžký život na tržnici přinutil všechny Vietnamce začít se živit poctivě. Naopak, po falzifikátech si řada z nich našla novou, zakázanou a tím pádem velmi ceněnou komoditu. Dali se na pěstování marihuany“ (MF 6. 8. 2008).

„Za dramatických okolností zadržela jablonecká policie Vietnamce, který měl v autě čtyřicet pět kilogramů marihuany. Muž se pokoušel hlídce ujet a pak i utíkat. Hlídka při

zásahu dokonce musela střílet. Muž byl totiž nebezpečný a v autě měl pistoli“ (MF 26. 7. 2008).

„Kriminalisté na začátku tohoto týdne zatkli dalšího vietnamského velkopěstitele kvalitní marihuany. Šestačtyřicetiletý muž drogu pěstoval v rodinném domku v Dolních Chabrech v osmém pražském obvodu“ (PD 30. 1. 2009).

„O vietnamské velkopěstírně marihuany v Davli u Štěchovic by se kriminalisté zřejmě nikdy nedozvěděli, nebýt všímavých sousedů“ (PD 21. 1. 2009).

„Na nejtěžší kriminalitu, jako jsou únosy, nájemné vraždy a obchod se zbraněmi, se zase v Česku specializují Ukrajinci. Balkánské gangy z Albánie a Kosova ovládají obchod s lidmi, vyrábějí falešné doklady a kšeftují s drogami. Nováčky v podsvětí jsou pak Asijci, především Vietnamci pěstující marihuanu“ (MF 14. 7. 2008).

I v oproti Pražskému deníku „konzervativnější“ Mladé frontě DNES se objevují titulky: *„Kromě ovoce prodávají i trávu“*, *„Vietnamci rozjeli pěstování konopí ve velkém“* (MF 9. 6. 2008), *„Razie v konopném ráji“* (MF 23. 5. 2008) ad.

Kromě výše zmíněných atributů *potraviny – večerka, tržiště, padělek* či *levné nekvalitní zboží* se tak s Vietnamci začíná pojít další pojem – *pěstitelé marihuany*. V násilných činech, které Vietnamci spáchají, je navíc velmi často útočnou zbraní *nůž* (zatímco čteme-li o zločinech páchaných Ukrajinci, jedná se nejčastěji o *střelbu*). Stereotyp Vietnamce se tak pozvolna proměňuje a má ambivalentní rysy.

Kromě zpráv z oblasti pracovního trhu a trestné činnosti se Vietnamci objevují ještě v dalším odvětví – školství. Vietnamské děti jsou velmi pilnými studenty a novináři si všímají, že jich mezi českými školáky přibývá – a vynikají:

„V současnosti studuje na vysokých školách v tuzemsku více než čtyři sta Vietnamců. Většinou završí studium červeným diplomem. A právě tyto mladí lidé jsou novou generací, která už nebude prodávat na stáncích, ale bude pracovat na manažerských postech“ (MF 23. 5. 2008).

Národnostní menšiny mají v médiích nevďěčnou pozici. Noviny o nich informují častěji v negativních souvislostech než neutrálně. Za neutrální můžeme považovat například zprávy o podílu dětí jiných národností ve školách, o počtu cizinců v Česku, o kulturních událostech týkajících se dané menšiny, o firmách, kde je akcentován velký počet zaměstnanců jiné národnosti.

Negativní zprávy se objevují ve spojitosti s kriminalitou, s tématy spadajícími do černé kroniky a se společenskými problémy. Mezi ty patří v případě Romů především otázky nekonfliktního soužití s ostatními, začlenění do pracovního procesu, zneužívání sociálních

dávek. Národnostní menšiny jako Ukrajinci či Vietnamci jsou často spojovány s prací na černo, v posledních měsících o nich tisk hojně informuje jako o lidech, kteří jsou nejvíce postiženi finanční krizí, protože jako první přicházejí o práci.

Příslušnost k jiné národnosti je akcentována v souvislosti s trestnými činy. Texty ji zmiňují i přesto, že v mnoha případech není pro danou událost relevantní a má příznakový charakter. Tento jev je nebezpečný, protože u čtenářů vyvolává představu, že příslušníci daných menšin jsou více náchylní k páchání trestné činnosti než čeští občané.

4.5 STEREOTYPY SEXUÁLNÍ ORIENTACE A GENDEROVÉ STEREOTYPY

Homosexuální a lesbická (popřípadě bisexuální) orientace není v dnešní společnosti tabu, přesto jde stále o citlivou otázku, k níž lidé přistupují s různou mírou tolerance. V excerpovaných denících se zprávy o homosexuálech objevují především v souvislosti s registrovaným partnerstvím. Protože se jedná o menšinu, která se liší od většinové společnosti, dostává se jí v médiích pohřbchu stejné redundantní pozornosti v textech spadajících do černé kroniky.

Genderová problematika zažívá v posledních letech velký rozmach. Genderová studia se stávají samostatnou vědní disciplínou. Jsou založena na zkoumání kulturně vytvořených rozdílů mezi muži a ženami, které se odrážejí v jejich chování a postojích.

Genderové stereotypy jsou soubory představ, které máme o „typickém muži“ a „typické ženě“. Tyto představy definují ryzí mužskost / ženskost, nepřipouštějí, že by žena měla rysy přisuzované muži, a naopak. Vycházejí z tradičního rozdělení rolí a nepřipouštějí individuální vlastnosti osob jedince. Tyto stereotypy už dnes nejsou tak striktní, přesto ve společnosti stále panují a lidé, kteří těmto zažitým představám odporují, se často setkávají s nepochopením.⁴

4.5.1 Homosexuálové a lesbičky

Zákon o registrovaném partnerství platí v České republice od poloviny roku 2006, nejstarší námi excerpované materiály jsou tedy z doby, kdy fungoval zhruba sedm měsíců. Texty se zaměřují především na praktické fungování zákona a jeho důsledky:

„*Registrovaná partnerství: jen minimum ,rozvodů‘*“ (PD 1. 7. 2008), „*Má být svazek gayů jako manželství?*“ (MF 12. 9. 2008), „*V kraji opadl zájem o registrovaná partnerství*“ (MF 5. 8. 2008), „*Za rok se na jihu vzalo pět mužských párů*“ (PD 2. 7. 2007).

⁴ Problematika genderu například in: CURRAN, J. Daniel; RENZETTI, M. Claire. *Ženy, muži a společnost*. Praha : Karolinum, 2005.

Zatímco slovo „rozvod“, které je spojeno výhradně s manželstvím, je v titulku označeno uvozovkami, v jiném titulku tomu tak není, přestože výraz „ano“ je rovněž symbolem manželského svazku:

„Lesbičky z Holešovic si řekly své ano“ (PD 6. 8. 2007).

Věcně ne zcela správný je i titlek *„Svateb homosexuálů je méně“* (PD 16. 3. 2007). Svatba by měla být také označena uvozovkami, tento termín u homosexuálních partnerství neexistuje. Z uvedených příkladů je však patrné, že v textech pojednávajících o homosexuálech se běžně pracuje s pojmy z oblasti heterosexuálních svazků. Jsou používány mimo kontext, do kterého přísluší.

Termín *uzavřít registrované partnerství* vznikl zřejmě analogicky podle spojení *uzavřít sňatek*, který se dnes objevuje vesměs již jen právě v novinových textech a v projevech administrativního charakteru. V běžné komunikaci se říká *vzít si někoho, vdát se* nebo *oženit se*. U homosexuálních párů poukazuje užitá formule (která se bez problémů ujala a používá se bezvýhradně), že ve vztahu není stanovena mužská a ženská role. Registrované partnerství je navíc vnímáno spíše jako úřední akt než jako potvrzení lásky dvou lidí, ostatně tak byl v době navrhování a obhajování zákona prezentován politiky i novináři: jeho cílem je především zjednodušit gayům a lesbičkám situaci na úřadech, v nemocnicích, při dědickém řízení a podobně.

Již jsme zmínili, že homosexuálové jsou často součástí textů černé kroniky. Ty jsou dvojího druhu: v jedněch vystupují homosexuálové jako jednotlivci – pachatelé / oběti (sexuálně motivovaných) trestných činů, v druhých jsou tematizováni jako terč nenávisti a netolerance různých skupin společnosti, často v souvislosti s různými demonstracemi a protestními pochody.

Homosexuálové jsou trnem v oku především extremistickým hnutím:

„V souvislosti se sobotním útokem na pochod homosexuálů v Brně policie obvinila třetího muže“ (PD 1. 7. 2008).

„Gayové se v Brně střetli s radikály“ (PD 30. 8. 2008).

„V Budapešti napadli pochod homosexuálů. Akci nazvanou Pochod důstojnosti zorganizovaly skupiny homosexuálů na Andrassyho třídě v centru města. Na jejím druhém konci se sešli odpůrci pochodu, z nichž mnozí patří k ultranacionalistickým skupinám“ (MF 7. 7. 2008).

V podobných textech se v titulku uvádí povětšinou jen označení homosexuálové, popřípadě gayové. Teprve v samotném textu se potom pracuje i s pojmenováním lesby, lesbičky. Neplatí to samozřejmě bezvýhradně:

„*Neonacisté tvrdě napadli gaye a lesbičky*“ (PD 30. 7. 2008).

Lesbičky jsou v titulku zmiňovány, pokud se text týká výslovně žen. Zároveň platí, že takové články jsou neutrální, nevztahují se k násilí, a pokud se objeví v černé kronice, jsou to výjimky, které se týkají prohřešků lehčího rázu:

„*Lesbickou lásku na veřejnosti ne!*“ (PD 9. 7. 2007)

Slovo *lásky* je používáno výhradně v souvislosti se ženami. Mezi muži jde vždy o homosexuální *vztah, svazek* či *poměr*.

Jsou případy, kdy autor textu neodolá a využije možností, které jazyk nabízí, k ozvláštnění titulku: „*Lesbos s žalobou proti lesbám neuspěl*“ (MF 24. 7. 2008). Je samozřejmé, že žaloba byla mířena i proti homosexuálům, ale slovní hříčka přitáhne čtenářovu pozornost.

Příznakový je i titlek „*Za svět barevný, ne hnědý*“ (MF 22. 5. 2008), který využívá konotací barev; hnědá jako symbol nacistických uniforem a tedy i pravicových radikálů, barevná potom jako naplnění stereotypu o pestrosti až přelácanosti oděvů, které nosí homosexuálové.

V případech trestných činů vystupují homosexuálové buď v roli obětí: „*Odsouzenec tehdy v Neratovicích napadl homosexuála, který mu nabízel sexuální služby za úplatu*“ (PD 3. 1. 2008), nebo pachatele: „*Chlapci bylo v době prvního zneužití čtrnáct let. U Bandyho v počítači policie našla přes dvacet tisíc fotografií s homosexuální tematikou*“ (MF 7. 7. 2008).

Přestože výrazy *homosexuál* / *gay* jsou synonymní, jejich použití není zcela nahodilé. Panuje zde určitá tendence, totiž že označení homosexuál se používá ve všech kontextech, ale pojmenování *gay* pouze v souvislosti se zprávou neutrální nebo v situaci, kdy takto označená osoba nehraje zápornou roli. Delikventi a zločinci jsou označováni výhradně jako homosexuálové. Homosexuál je totiž pojmenování vycházející z medicínského popisu daného jevu. Označení *gay* pochází z angličtiny a jeho původní význam je „veselý, bezstarostný, jásavý“. V souvislostech s kriminalitou proto jeho užití není úplně vhodné.

Závěrem zmíníme jeden spíše kuriózní příklad jazykové vynalézavosti novinářů: Jedním z nejlepších atletů světa je americký sprinter Tyson Gay. Lze se potom jen domýšlet, do jaké míry využívají sportovní redaktoři jeho jméno k záměrné dvojsmyslnosti titulků: „*Nejrychlejším mužem je Gay*“ (MF 27. 8. 2007), „*Gay pádil nejrychleji v historii*“ (PD 1. 7. 2008).

4.5.2 Genderové stereotypy

Genderové stereotypy, respektive jejich lexikální vyjádření prostupují všemi tematickými oblastmi, které jsme v naší práci dosud zkoumali.

Nejčastějším genderovým stereotypem je používání **generických maskulin** neboli absence explicitního vyjádření ženského rodu (srov. Vodáková 2003). Vyjádření feminina má příznakový charakter, mužský rod je v protikladu k němu neutrální. Zatímco pojmenování *studentky* vyjadřuje zcela jasně, že jde pouze o osoby ženského pohlaví, výraz *studenti* zahrnuje muže i ženy. Generická maskulina zahrnují nejrůznější hromadná označení – politiků, odborářů, policistů, lékařů, studentů, pacientů, podnikatelů ad. Existují ovšem i zvláštní případy, kdy vztah příznakovost – neutralita tak úplně neplatí. Kupříkladu k pojmenování *číšníci* existuje ženská varianta *číšnice*, přesto cítíme, že označení *číšníci* není neutrální, nýbrž zahrnuje pouze muže. Je to dáno zřejmě existencí synonymního výrazu pro *číšníci* – *servírka*, který tento vztah narušuje. Titulek „*V Praze je nedostatek číšníků*“ nese informaci, že mezi obsluhou restaurací v hlavním městě je málo mužů. Vyjádření „*V Praze je nedostatek číšníků a servírek*“ odkazuje na celkově chybějící obslužný personál.

Pro novináře je samozřejmě ekonomičtější a praktičtější používat co nejvíce neutrálních výrazů. Věta „*Poslanci a senátoři schválili návrh zákona, který předložili ministři minulý týden*“ by v „korektním genderovém provedení“ zněla: „*Poslanci, poslankyně, senátoři a senátorky schválili návrh zákona, který předložili ministři a ministryně minulý týden*“ (za předpokladu, že ve vládě je alespoň jedna ministryně). Je zřejmé, že důsledné naplňování genderových rolí není možné. Pečlivě je však dodržováno například v mluvených projevech při oslovení posluchačů: *Vážené dámy, vážení pánové / vážené poslankyně, vážení poslanci* atd.

Na druhou stranu však rovněž není přípustné genderové role zcela ignorovat, protože jejich absence přispívá k utváření stereotypů. Formulace *poslanci schválili, ministři navrhli, lékaři stávkují, odboráři protestují, řidiči si stěžují* apod. navozují dojem, že jen muži jsou veřejně činnými osobami a hybnou silou všeho dění. Přisuzují mužům status vůdců, kteří mají schopnost a moc rozhodovat.

Ženy jsou zobrazovány spíše ve svých soukromých rolích v běžném životě a jako zástupkyně nějaké profesní či společenské skupiny vystupují ve chvíli, pokud už v samotné podstatě dané role je obsažen atribut ženy (například role zdravotní sestry), nebo pokud je v nějaké roli zastoupení žen velmi výrazné (učitelka, herečka, kadeřnice).

Táž situace se opakuje i v případě národností. V Česku žije stále více *cizinců*, *Vietnamci* se přesouvají z tržišť do kamenných obchodů, *Slováci* přichází do Čech za studiem. Samozřejmě opět není možné tato vyjádření neúsporně přeformulovávat a doplňovat výrazy pro obě pohlaví. Je však nutné počítat s tím, že při tomto způsobu prezentace skutečnosti si čtenář jako zástupce nejrůznějších národností či profesí vybaví v drtivé většině případů muže.

Jako příklad můžeme uvést mediální obraz policisty. Jak jsme se zmínili výše v oddíle o profesních stereotypech (4.3.2), policie je v novinách většinou prezentována jako anonymní instituce, za kterou si nepředstavujeme konkrétní osoby. Kromě případů, kdy sehrál hlavní roli jedinec (ať už kladnou, nebo zápornou), totiž policisté vystupují většinou v takových situacích, kdy je jich přítomno několik. Hlídky městských strážníků i státní policie tvoří minimálně dvojice osob, vícečlenné jsou rovněž týmy, které se zabývají vyšetřování trestných činů. V případě demonstrací, protestních pochodů nebo velkých politických či sportovních akcí pak policisté tvoří velkou skupinu, u níž přesný počet osob není možné zjistit.

Pokud v textech vystupují takto velké skupiny, je používání generických maskulin pro přehlednost textu jednodušší. Novináři však potřebují také synonymní výrazy, aby dodali textu jazykové kvality. Místo policistů tedy používají rovněž již zmíněné pojmenování „muži / strážci zákona“. Při naší excerpci deníků jsme v materiálu, který obsahuje celé dva ročníky novin, objevili pouze osm případů, ve kterých se objevilo spojení „ženy zákona“:

„Muži a ženy zákona zde obsadili veškeré výstupy z metra tak, aby jim neproklouzla ani myš“ (PD 7. 7. 2008), *„Muži a ženy zákona předvedli silné policejní motocykly či obsah kriminalistického kufříku“* (MF 26. 9. 2007).

Policii tvoří různé složky a útvary: městská policie, dopravní policie, speciální zásahové jednotky, kriminalistické týmy, jízdní policisté atd. V novinách pak můžeme číst například:

„V Liberci sloužilo do neděle 120 policejních těžkooděnců a kromě nich pracovalo ve stotisícovém městě a okolí 320 pořádkových policistů, 283 dopravních policistů, 60 kriminalistů, 60 příslušníků cizinecké policie, psodů, pyrotechnici nebo tlumočníci“ (MF 24. 2. 2009). Asi nikdo si při takovémto výčtu nevybaví policistku – ženu.

Tento dojem umocňuje fakt, že některá pojmenování ženský ekvivalent vůbec nemají nebo ho v podstatě nepoužívají. O *policejních těžkooděncích* čteme v novinách velmi často v souvislosti s pochody extrémistů nebo rizikovými fotbalovými zápasy. Neexistuje však termín těžkooděnkyně, a i když v tomto policejním útvaru je žen méně než například v řadách městské či dopravní policie, takové pojmenování implikuje, že tam nejsou vůbec.

Problematické je rovněž označení městský strážník. Existuje sice ženský ekvivalent *strážnice*, který však na první pohled evokuje spíše budovou než označení příslušnice městské policie. V denících jsme našli jen šest příkladů tohoto pojmenování: *„V pondělí na křižovatce ulic Jeremenkova a Perlitová poznala strážnice při kontrole vozidel v protisměru jedoucí ukradené auto svého přítele“* (PD 12. 3. 2008), *„Strážnice mu ale zastoupila cestu a vyzvala jej, aby vystoupil z vozu“* (MF 9. 7. 2008).

Pokud shrneme obraz příslušníků policie, jak jej předkládají média pomocí lexikálních prostředků, dojdeme téměř bez výjimky k představě muže. Příčinou však nejsou jen lexikální prostředky samotné, ale rovněž i naše povědomí o společenském statusu policisty. Policie představuje moc, vymahatele zákona. Jak jsme se zmínili výše, noviny svým přístupem k tématům navozují dojem, že hlavní hybnou silou a vykonavatelem moci jsou muži. V tomto kontextu je potom logické, že i ti, kdo moc vymáhají, jsou mužského pohlaví. Policisté navíc mají v popisu práce vystupovat nekompromisně a formulovat své požadavky ultimátním způsobem. Potlačují své individuální rysy, aby byla jejich společenská role a autorita jasně definovaná a nezpochybnitelná. Takové vystupování se však neslučuje s představou křehké a subtilní ženy, jak je stále ještě v médiích – a nejen v nich – zobrazována.

Genderový stereotyp však není vždy negativní pouze vůči ženám. Může se stát, že použití generického maskulina je pro muže nevýhodné, neboť jde o pojem, který má negativní konotace. Takovým případem je třeba jedno z nejfrekventovanějších slov černé kroniky – *pachatel*. Noviny samozřejmě píší i o pachatelkách trestných činů, ale to jen v případě, že je prokázáno pohlaví delikventky. Pokud je zloděj / lupič / vrah dosud neodhalen (policie samozřejmě může na základě stop pohlaví rozpoznat, ale takto podrobně noviny informaci nezprostředkují), vždy jde o *neznámého pachatele*, nikoli *neznámého pachatele nebo pachatelku*: „Policisté pátrají po pachateli. Ten je podezřelý ze spáchání trestného činu neoprávněného nakládání s chráněnými a volně žijícími živočichy“ (MF 16. 6. 2007).

Totéž platí o *zlodějích aut*, *skupinkách kapsářů*, příznakovi jsou rovněž *lapkové*, *chmatáci*, *nenechavci*, *výtržníci*, *vandalové*, *násilníci*, *agresori*, ale i *bezdomovci*, *feťáci*, *narkomani*. Všechny tyto problematické skupiny obyvatelstva tvoří muži i ženy, a i když dáme za pravdu statistice, že žen se v těchto „oblastech působení“ vyskytuje méně než mužů, není generalizování na místě. Lexikální prostředky však nedávají příliš na výběr, o *výtržnicích*, *chmatačkách* či *bezdomovkyních* se příliš často nedočteme.

Odbourávání genderových stereotypů je obtížné. Není možné jazyk násilně přizpůsobovat společenským rolím, pokud chceme zachovat srozumitelnost a soudržnost textu. Proti stereotypizaci je nutné zakročit spíše v rovině témat, která noviny zpracovávají. I v současnosti stále platí, že ženy jsou v médiích prezentovány především jako matky a partnerky, zatímco muži jsou nositelem veřejných společenských rolí.

4.6 METAFORA JAKO AKTUALIZAČNÍ PROSTŘEDEK KOMENTÁŘE

Komentář jako základní publicistický žánr podléhá mnohem volnějším pravidlům než texty zpravodajské.

„Komentář je druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a vychází ze známých faktů nebo myšlenek, které dává do souvislostí, připojuje subjektivní pohled. Pokud má být komentář zasvěcený, předpokládá specializaci v oboru a široké zdrojové zázemí. Jeho specifikum je v nápadu, zpracování, použití neotřelých jazykových prostředků a možném pointování. Český komentář je od svého vzniku výrazně polemický a politický až satirický, což je dáno okolnostmi jeho vzniku a vývoje v rámci Rakouska-Uherska. Je výrazně autorský (včetně možného použití ich-formy)“ (Osvaldová – Halada 2002, s. 91).

Pro naši práci se budeme věnovat pouze komentářům Mladé fronty DNES (v závorce za citací proto uvádíme pouze datum vydání), a to z toho důvodu, že v Pražském deníku nejsou psány kmenovými redaktory, nýbrž externími přispěvateli. V Mladé frontě DNES dostávají prostor rovněž autoři zvenčí, většina textů však pochází z pera redakčních komentátorů: Martina Komárka, Karla Steigerwalda, Jany Bendové, Josefa Chuchmy, Pavla Párala. Komentářem či glosou přispívají i redaktori, kteří primárně píšou pro jiné rubriky, například Mirka Spáčilová, nebo novináři z krajských redakcí.

4.6.1 Obecná charakteristika

Jak jsme již zmínili v oddíle 3.8.1, funkcí publicistiky, a tedy i komentáře jakožto její „vlajkové lodi“ na stránkách tištěných médií je nejen informovat, ale především hodnotit. Hodnocení znamená subjektivní názor, subjektivní názor předpokládá rovněž autorský styl.

Komentátoři mají ve výběru jazykových a lexikálních prostředků velmi široké pole působnosti. Mohou psát v er-formě i ich-formě, používat přímou řeč, jakýkoli vyprávěcí čas. Je jen na nich, jakým způsobem seřadí informace a jakou formou je ztvární.

Komentář na sebe může brát podoby literárních žánrů nebo nést jejich znaky. Lze ho pojmout jako bajku („*Poslyšte příběh o jednom šikovném českém politikovi, který se skutečně stal*“), pohádku („*Bylo nebylo v jedné malé zemi uprostřed Evropy*“), drama („*Občan: „Co mám dělat, abych také dostal sociální dávky?‘ Politik: „To musíte stanovat na náměstí...“*“) či báseň (*Jásejte, děti / po nebi nám gripen letí / je to gripen míru / v rozpočtu nám nechal díru*).

Také tematicky mají komentáře velmi široký rozsah. Převládají témata týkající se domácí politické scény, s přesahem do souvisejících oblastí – ekonomie, historie apod. Prostor však

dostávají také společenská témata, události v kultuře, sportu a světovém dění. Nejčastěji jsou tematizovány tyto události:

Politika: reformy; sporné nově navrhované zákony, normy či vyhlášky; volby – prognózy a výsledky; kauzy konkrétních politických představitelů; kontroverzní výroky politiků; nevhodné chování politiků

Společnost: velké trestní kauzy, profesní pochybení, problematika menšin, rasismus, vyrovnání se s komunistickou minulostí

Ostatní: všechny události, které vzbudí velký zájem veřejnosti, například velké sportovní nebo kulturní akce; jindy si naopak komentátor vybere nějakou drobnost, na níž demonstruje širší společenské téma (televizní pořad, soutěž, událost zmíněnou v krátké tiskové zprávě apod.)

Rozhodně však není podmínkou, že komentář se týká některé z hlavních zpráv dne, která se objevuje na titulní straně novin. Komentátoři se s oblibou vracejí i k tématům, která jsou staršího data nebo probíhají v delším časovém úseku.

4.6.2 Tematické členění textu

Ačkoli jsou jednotlivé komentáře v závislosti na osobnosti autora i volbě tématu velmi různorodé, přesto lze vysledovat určité prvky, v nichž se texty většinou shodují.

V úvodu komentáře je nastoleno téma nebo formulována základní teze či východisko komentáře, a to:

- nepřímo – uvedením nějakého příkladu, popisu, příkladu, přirovnání, z něhož není hned patrné, o čem text bude; pro komentář totiž na rozdíl od zprávy neplatí pravidlo, že téma musí být patrné z prvního odstavce:

„Zpívá se hezky lidově: jistá slečna Nanynka šla do zelí na lupení, přišel Pepíček, rozšlapal jí košíček a škodu odmítl zaplatit. Prý se radši dá na vojnu. Co si budeme povídat, košíček nepochybně musela zatáhnout chuděra Nanynka“ (29. 1. 2009).

„Řekněme, že jste štamgastem hospody U vysmoleného soudku. Kvelb není dvakrát čistý, párky jsou oschlé a pivo vlažné, leč v širém okolí je to jediná osvěžovna“ (23. 4. 2007).

- přímo – jasně formulované sdělení, o čem text bude, popřípadě sdělení nějaké informace, z níž čtenář téma komentáře dokáže vyvodit (například citace výroku politika, citace zákona apod.):

„Napětí kolem volby hlavy státu stoupá“ (31. 1. 2008).

„Jana Bobošíková má přinejmenším dvě vlastnosti, které dělají dobrou političku (politika)“ (14. 2. 2008).

„Poslanci a senátoři nemají nárok bezplatně cestovat u soukromých dopravců. Rozhodl o tom soud“ (29. 11. 2007).

„Mirek Topolánek označil sebe sama za ‚duchem mladého‘ a své činy za postpubertální výlevy“ (28. 4. 2007).

Stejným způsobem postupují autoři i u titulků; z některých je téma komentáře patrné, z jiných nikoli:

„Předsednictví EU je nesmyslná svátost“ (29. 7. 2008).

„Počkali se u Kolína a vydělali balík“ (15. 10. 2007).

Po nastolení (a případném vysvětlujícím rozvedení) základního tématu následuje jeho samotné zpracování. Kromě prostého konstatování faktů je oblíbenou metodou používání paralel z jiných oblastí a hojně uvádění příkladů:

„Žádat referendum o radaru je pitomost. Pozor – to neznamena, že lidé, kteří je žádají, jsou pitomí. Například Einstein prý ze zásady nenosil ponožky, naopak Gándhí všude nosil přenosnou latrínu. Obojí jsou pošetilosti, málokdo však řekne, že Einstein nebo Gándhí byli pošetilci. Proč je tedy referendum o radaru úplná hloupost?“ (19. 11. 07).

Po rozboru tématu následují dva typy závěru v závislosti na tom, zda autor komentuje nějakou událost, nebo něčí nápad, záměr, návrh či skutek:

- při komentování události končí text pointou:

„Jsem si jist, že Česko by se vyslovalo pro radar. Tedy – pokud v televizi zas nezačne zpívat Vlasta Parkanová“ (19. 11. 07).

„Mirek Topolánek sice na Kellnerovu jachtu nepoletí, ale i on dává najevo spontánní radost. Ukazuje lidu prostředník“ (11. 5. 2007).

- při komentování nápadů a jednání (s nimiž autor nesouhlasí) následuje vlastní návrh řešení anebo shrnutí celého tématu:

„Třeba by stát popíchla malá demonstrace problému: přivezme ministrům dědečky a děti na celodenní hlídání. Stačilo by jen jednou“ (29. 7. 2008).

„Takové slovíčkaření, v jehož řídké síti nic neuvázne, není bohužel neobvyklé. I to je důvod, proč je u nás tolik pomluv a nevyšetřených sprostáren“ (5. 2. 2009).

4.6.3 Výrazové prostředky

Pro komentáře je charakteristické míšení jazykových prostředků a stylů. Vedle sebe mohou stát výrazy ze všech vrstev spisovné i hovorové češtiny. Neobjevují se zde samozřejmě

nespisovné koncovky či gramaticky nesprávné tvary (pokud nejde vysloveně o záměr, viz. např.: „Doležel chtěl vejvar v českých, může ho čekat pálka v tvrdejch“, 27. 11. 2007), expresivita, slangové výrazy a stylově zabarvená slova jsou však velmi frekventovaná a pro komentář žádoucí.

Komentář nemá být věcnou neutrální zprávou, nýbrž textem, který hodnotí a posuzuje. Má čtenáře zaujmout nejen obsahem, ale i svým formálním zpracováním. Autorský styl by měl být kreativní, s širokou slovní zásobou, cení se pohotovost, vtip, schopnost používat neotřelá slovní spojení.

Vedle sebe se tak mohou objevovat lexikální prostředky spisovné i hovorové, knižní i argotické, zastaralé i neologismy, expresivní i stylově neutrální:

„Spravuje-li veřejné věci jen půlčást veřejnosti, musí se český mikrosvět logicky koulet jaksi šejdrem“ (17. 4. 2008).

„Politické strany naši slabost pro bílé pláště znají, lékařem vyštafírují kdejakou kandidátku“ (18. 12. 2008).

„Čuníci a kuřátka něco papat musí“ (22. 10. 2007).

„Paragrafy se z nějakých; jak se obezličkově říká, ‚formálních‘ příčin zauzlily a týden po Dušičkách čeká Prahu střet nácku a příznivců Židovské liberální unie“ (25. 10. 2007).

Kromě lexikálních prostředků přispívají k aktualizaci textu i další prostředky a postupy, například:

- rétorické figury a tropy (ironie, sarkasmus):

„Tomu snad nemohou věřit ani věřící“ (6. 12. 2007).

„Jsme na tom přece jen o něco lépe než Venezuelci. Ti se svého prezidenta nikdy nezbaví“ (17. 2. 2009).

„A nad čistým politickým nebem se konečně klene duha dojemné shody...“ (1. 2. 2008).

„Noviny o tom píší každý den, tak to bude určitě pravda“ (15. 10. 2007).

- porušování ustáleného slovosledu

„Účet lepší, než jsme čekali“ (27. 11. 2007).

„Věc veřejná to je bez diskuse“ (18. 10. 2007).

- rým

„Nepřítel kope do dveří / a smrká do ubrusu / že je zas tady, nikdo nevěří / však přišel v demokratickém hubertusu“ (1. 2. 2008).

- slovní hříčky

„Kníže Schwarzenberg jako pravý kníže dupl... premiér zase dupl na brzdu“ (6. 12. 2007).

„Pročunkovali jsme všichni kus života“ (22. 11. 2007).

„Dělání dětí dělá peníze“ (3. 1. 2008).

- intertextovost

„Kdo vám dal povolení zabíjet?“ (15. 10. 2007).

„Tady je Paroubkovo“ (22. 3. 2007).

„Hodil by se Fíkovník. Zakryje ledacos“ (11. 12. 2008).

Komentátoři předkládají ve svých textech vlastní názor, proto samozřejmě usilují o to, aby čtenáře o správnosti svého názoru či postoje přesvědčili. K tomu například tyto prostředky:

- oslovení čtenáře (Milý čtenáři, také nevěříš vlastním uším?)
- ztotožňování se se čtenářem, respektive s nějakou skupinou, do které se autor spolu se čtenáři zahrnuje (my pacienti, daňoví poplatníci, občané, obyčejní lidé, voliči)
- ich forma (evokuje postoj „já jsem na tom stejně jako vy“)
- dovolávání se k autoritám a svědkům (jak zjistili vědci, statistiky říkají, v jiných státech už přišli na to, že..., podle průzkumu veřejného mínění)
- řečnické otázky (Máme si to nechat líbit?, Co zmůže obyčejný člověk?, Zajímá vůbec někoho názor běžného občana?)

4.6.4 Metafory

Metafory jsou jedním z druhů přenesených pojmenování. V jazyce jsou ukotvené natolik, že si v běžné komunikaci často vůbec neuvědomujeme jejich přítomnost. S metaforou se setkáváme v každodenní mluvě (*mohl na ní oči nechat, rozhořčením vybuchl, topí se v dluzích*) stejně jako v „přesném“ jazyce vědy (*rameno úhlu, počítačový koš, větná stavba*).

Metafory se člení na dva základní typy podle hloubky zakotvenosti v jazyce. Rozlišujeme **metafory uzuální**, tedy obecně užívané, jež mohou být již zcela zastřené (den pokročil, hoří nedočkavostí), a **metafory aktuální**, které jsou výsledkem jazykové kreativity autora. Ač jsou typickým znakem umělecké literatury, setkáváme se s nimi i jinde: ve všech výpovědích, v nichž je cílem mluvčího nebo pisatele pestré a neotřelé vyjadřování. To platí právě pro publicistiku, ale také třeba pro oblast reklamy.

V rámci uzuálních metafor je třeba rozlišovat metafory *lexikální* a *lexikalizované*. Zatímco lexikální metafory mají primárně pojmenovací účel (vznikají při potřebě pojmenovat nové pojmy a skutečnosti), lexikalizované metafory vznikají ustálením metafor aktuálních.

Kognitivní věda přináší v souvislosti s metaforou základní poznatek: Metafora není primárně jevem jazykovým, nýbrž mentálním, protože myšlení člověka je založeno na

konceptualizaci světa. Jazyková metafora je konkrétním vyjádřením našeho přemýšlení a vědění o světě.

Metafora jsou úzce propojeny s frazeologií. Ustalováním kdysi aktuálních metafor vznikají frazémy a frazeologická spojení, která jsou nejlepším důkazem, že lidské prožívání světa je odnepaměti založeno na tělesně-smyslové zkušenosti (srov. Lacoff – Johnson 2002, Vaňková 2005, s. 92 n.).

V publicistických textech jsou metafora a frazeologismy jedním z nejčastějších prostředků sloužících aktualizaci textu. Komentátoři využívají bohaté prameny užitých metafor, které mohou samozřejmě zapojovat do nových kontextů, hojně však vytvářejí vlastní aktuální metafora.

Základním typem metafor používaných v publicistice jsou **orientační metafora**, které vznikají na základě lidské zkušenosti s orientací v prostoru. Jsou založeny na základních dvojicích pojmů, například nahoře – dole, blízko – daleko, uvnitř – venku apod. Tyto dvojice antonym se promítají do **konceptuálních schémat** neboli mentálních vzorců daných zkušeností člověka. Mezi schémata, která provázejí orientační metafora, patří například *vertikalita, nádoba, části a celek, centrum a periferie, spojení či cesta* (srov. Lacoff – Johnson 2002, Vaňková 2005, s. 102 n.).

V naší práci uvádíme příklady ze tří pojmových oblastí, které se v publicistických textech objevují nejčastěji a nejvíce se v nich projevuje invence autorů.

VERTIKALITA:

Prolínání vertikality do dalších pojmů je asi nejtypičtější příkladem tělesně-smyslového prožívání světa. Lidská zkušenost říká, že množství přibývá směrem vzhůru: když se plní nádoba vodou, hladina stoupá, když se staví dům, patra rostou do výšky.

Zároveň platí jakési přesvědčení, že *co je nahoře, to je lepší*. Tento základ byl položen už v křesťanství – nebe je umístěno nahoře, peklo dole. Proto lidé touží *dostat se nahoru, chtějí stoupat na kariérním žebříčku, vystřelit jako raketa, zažít raketový / strmý vzestup*.

V komentářích se proto objevují například tyto obraty: *popularita strmě klesá, propad obliby, akcie komunistů stoupají, volební preference rostou*. Ostatně i slovní spojení „životní úroveň“ je založeno na vertikálním členění lidského bytí.

Negativní vnímání prostoru „dole“ dokazuje i obrat *plazit se v bahně*:

„Čunek se sice neplazil bahnem tak dlouho, ale v zamazeném saku by ho do restaurace, natož pak na dančí do Lán nepustili“ (3. 1 2008).

V komentářích se však vertikality odráží především ve vztahu stát – občan (popřípadě politik – občan). Komentátoři jej pojímají jako opozici dvou protikladů, konfrontaci vrchnosti

a prostého lidu či hradu a podhradí. V tomto smyslu má však „dole“ pozitivní konotace, zatímco „nahore“ je to špatné:

„Chce prokázat, že svět mocných a svět bohatých jsou propojeny, ať se to nám, chamradi, lůze a chátře, líbí, nebo ne?“ (11. 5. 2007).

„Občané dostanou dobrou zprávu: ne vždy se měří jinak pánům než kmánům“ (22. 10. 2007).

„My v podhradí čekáme“ (25. 10. 2007).

„Lidé se naježí kvůli údajné namyšlenosti vrchnostů“ (19. 11. 2007).

„Pro nás prostý lid by bylo jakýmsi povzbuzením, kdyby tam jel“ (3. 5. 2007).

„Když bude mít (občan) štěstí a panstvo ho nepošle jako pěšáka do nějaké války“ (15. 10. 2007).

S dělením společnosti na „panstvo“ a „lid“ se pojí také příznaková pojmenování:

„Ostatně, premiér prostě žije v komfortu – má k dispozici supervilu, auta, služebnictvo, jí a pije vybraná jídla zadarmo“ (27. 11. 2007).

Tělesnost a vnímání prostoru se promítají i do dalších obrátů: *protlačit / protáhnout sněmovnou návrh, smést zákon ze stolu, bezbřehý egoismus, mít omezený prostor pro vyjednávání* ad.

CESTA

Zatímco vertikálnost je založena na pojmání prostoru ve směru svislém, schéma cesty se objevuje v metaforách, které jsou založeny na (časové) linearitě. Cesta je putování z jednoho bodu do druhého, pojí se s ní pojmy jako *pohyb, chůze, krok, cíl* apod.:

„Od třicátých let minulého století jsme prakticky žádný ‚krok‘, natož ‚velký skok‘ neudělali“ (17. 4. 2008).

„Evropa asi ušla jen půl cesty“ (14. 5. 2007).

„Záležitost se pohnula zase trochu kupředu“ (9. 5. 2007).

„Evropa bude stále více klopýtat za Amerikou“ (22. 10. 2007).

„Nyní jde návrh konečně do vlády“ (22. 10. 2007).

„To samozřejmě povede k prudkému růstu cen“ (22. 10. 2007).

„Paroubkova cesta ho otočí k Východu“ (22. 12. 2008).

„Na poslancích, senátorech a voličích je rozhodnutí, kterou cestou stát půjde. Stojíme na vážné politické křižovatce a jako většinou, když se ta křižovatka blíží, nikdo v ni nevěří“ (22. 12. 2008).

I život může být pojímán jako cesta či jako *trata*, ohraničená startem a cílem, zrodem a zánikem, počátkem a koncem:

„Systém stipendií má pomoci chudým dětem, aby se aspoň trochu vyrovnala nespravedlnost na startu“ (15. 10. 2007).

Dvojice pojmů začátek – konec, zrod – zánik apod. se promítají i do dalších formulací:

„Instituce, kde vznikl český kapitalismus, skončila zahozena do koše, stejně jako průmyslové značky, u jejichž zrodu stála“ (6. 11. 2007).

KŘESŤANSKÁ SYMBOLIKA:

Další oblastí konceptualizace, z níž pochází velké množství metafor, je křesťanství. Uvádíme ji jako příklad oblasti, která je základem pro **strukturální metafory**, tj. takové, v nichž jeden jev chápeme pomocí jevu jiného.

I v tomto schématu se pracuje s dvojicemi komplementárních pojmů: nebe – peklo (ráj – peklo), světec – hříšník, anděl – ďábel, modlitba – rouhání ad.

Komentátoři glosují politické dění pomocí náboženských příměrů a termínů:

„Je možné, aby byl Jiří Čunek pro premiéra hříšník a pro KDU-ČSL nevinně trpící světec?“ (8. 11. 2007).

„Předčasné volby by totiž mohly poslat křesťanské demokraty do podpětiprocentního pekla“ (8. 11. 2007).

„Co se děje v Čunkově kapli bez Čunka? Možná se tam úředníci každé ráno sejdou k tiché modlitbě“ (22. 11. 2007).

„V Lisabonské smlouvě vidí odpoutaného ďábla a vede svatou válku“ (17. 2. 2009).

„Takových světců, kteří se rádi obětují veřejné službě, už jsme zažili a zažijeme mraky“ (25. 10. 2007).

Dalšími častými obraty jsou například spojení: *politický hříšník, občan se modlí, politik se kaje, zákon je svatý, jeho záměry jsou čisté jako slovo Boží*; objevují se intertextové odkazy na Bibli: *politické desatero, sněmovní vraždění nevinátek*.

V publicistice (a lidské komunikaci vůbec) bychom našli mnoho dalších zdrojových oblastí, které přispívají ke konceptualizaci světa. K těm nejproduktivnějším patří například lékařství (*dopravní tepna, státní pokladna krvácí, provoz na dálnici zkolaboval, ozdravit finanční sektor*), vojenství (*poslanci svedou bitvu o rozpočet, armáda úředníků, boj o poplatky, opozice velí do útoku, premiér vede zákopovou válku*) či sport (*vláda odpískala reformy v poločase, hlasování skončilo remízou, volební maraton se rozjíždí*). Jejich podrobné zpracování překračuje možnosti naší práce.

5. ZÁVĚR

V diplomové práci jsme z různých hledisek zkoumali pojem stereotyp. Teoretická část se zabývala vymezením tohoto pojmu ve třech vědních oborech: kognitivní lingvistice, psychologii a sociologii. Zjistili jsme, že s pojmem stereotyp pracují všechna tři odvětví, jeho chápání je však rozdílné.

Kognitivní lingvistika, psychologie a sociologie považují stereotyp za jeden z nejdůležitějších pojmů. Terminologie jednotlivých věd částečně shoduje, částečně liší, smysl je však tentýž: poznat, co je příčinou vzniku stereotypů a jaký je proces jejich vytváření, zda jsou vrozené, nebo získané – a pokud ano, od koho se jim učíme.

Kognitivní lingvistika se snaží nalézt odpověď na otázku, jak rozumíme předmětům, událostem, bytostem a jevům okolo nás, jakými měřítky je posuzujeme, jaký k nim máme vztah. Sleduje, jak se naše chápání světa odráží v jazyce. Prostřednictvím analýzy jazykových znaků získává zpětně poznatky o tom, jak prožíváme a konceptualizujeme svět.

Stereotyp, jak jej vidí *kognitivní lingvistika*, je nedílnou součástí přirozeného jazyka, který se opírá o kategorizování věcí a jevů. Stereotypizací zjednodušujeme, redukuje a zevšeobecňujeme svět. Polská lublinská škola pracuje s víceméně synonymními pojmy stereotyp a prototyp. V jejím pojetí je prototyp záležitostí „vnitřní“, odehrávající se v naší mysli, stereotyp je jeho vnější podoba, tedy to, jak v mysli utvořené prototypy promítáme do jazyka.

Také v rámci *psychologie* hraje stereotyp významnou roli. Psychologie zkoumá postoje, tedy to, jak podle předem daných pravidel smýšlíme o světě. Postoje charakterizuje jako naučené předpoklady pro naši reakci. Jsou to ustálené systémy hodnocení, které nám pomáhají orientovat se ve světě. Ne vždy odpovídají našim názorům, tedy tomu, co si opravdu myslíme. Korespondují s tím, co bychom si myslet *měli*, aby to bylo v souladu a kognitivní rovnováze s okolím.

Předsudky jsou vyhraněnou formou postojů, které při posuzování druhých nepřipouštějí žádné alternativní vysvětlení než to, které je předem zafixované. Stěžejní podíl na jejich vytváření má výchova a kulturní prostředí, v němž žijeme.

Sociologie (ale rovněž kognitivní věda) pracuje s pojmy role, scénář a schéma. Jde opět o vyjádření něčeho předem daného, naučeného, zde ve smyslu našeho chování k ostatním. V každodenním životě hrajeme velké množství rolí podle předem daných scénářů a v souladu se zaběhnutými schématy. Důvodem je potřeba sociální identifikace. Pokud se podle předem daných pravidel nechováme, vzniká nesoulad a disonance, která sociální identifikaci narušuje.

Kognitivní lingvistika, psychologie a sociologie docházejí různými cestami k témuž závěru: Stereotyp není vrozený, je to odraz našeho myšlení o světě, které je ovlivněno kulturním prostředím, v němž žijeme. Přispívá k němu výchova a sociální zázemí, je formován kolektivní pamětí předávanou z generace na generaci. Některé stereotypy jsou společné více národům, jiné se spojují výhradně s jediným společenstvím.

V naší práci jsme se zabývali rovněž persvazivní komunikací. Persvazivní přesvědčování a vznik stereotypů spolu úzce souvisí. Přesvědčovatelé využívají ustálených stereotypů jako argumentů k dosažení svého cíle. Ukázkovým příkladem toho, jak persvaze funguje v praxi, je svět médií, který má velký podíl na vytváření a udržování nejrůznějších stereotypů ve společnosti.

Mediální komunikace je komunikací veřejnou. Stereotypy, které se v ní objevují, mohou v krátkém časovém úseku zapůsobit na velké množství lidí. Mezi autorem textu a čtenářem (mluvíme-li explicitně o tištěných médiích) prakticky neexistuje přímá zpětná vazba; čtenář tak nemá možnost vyjádřit svůj nesouhlas se stereotypizací (mediálním obrazem) určitého jevu či události, který by mohl být zprostředkován ve stejném masovém měřítku a oslovit stejné množství příjemců. Největší nebezpečí médií tkví v tom, že mezi nimi a jejich konzumenty neexistuje vztah rovnocenné interakce: Na čtenáře působí média přímo i podprahově (stačí si povšimnout titulků na stránce novin, které čte spolucestující v autobuse), čtenáři však mají velmi omezené možnosti, jak působit na média.

V praktické části práce jsme analyzovali rozsáhlý materiál dvou českých periodik, Mladé fronty DNES a Pražského deníku. Naším cílem bylo porovnat přítomnost stereotypů v textech těchto deníků. Zajímalo nás, zda je situace v obou listech obdobná, nebo je možné pozorovat nějaké výrazné rozdíly.

Stereotypy se vyskytují v obou denících ve stejné míře, liší se pouze způsob, jakým jsou ztvárněny. Mladá fronta DNES se přiklání ke konzervativnějšímu vyjadřování, Pražský deník používá uvolněnější výrazové prostředky. Obě periodika významně přispívají ke vzniku a uktovování stereotypů především tím, v jakých kontextech informují o nejrůznějších jevech a událostech. Zdůrazňují fakta, která nejsou pro obsah sdělení relevantní, a podněcují tak vytváření nežádoucích asociací, které neodpovídají skutečnému stavu věcí. Akcentují například odlišnou národnost pachatelů trestných činů. Vyvolávají tak dojem, že národnostní menšiny v Česku páchají více zločinů než obyvatelé české národnosti.

Poslední oddíl diplomové práce jsme věnovali aktualizacím prostředkům základního publicistického žánru – komentáře. Pozornost jsme věnovali zejména metafoře, kterou kognitivní lingvistika považuje za mentální jev, jenž poukazuje na tělesně-smyslové prožívání

světa a jeho konceptualizaci. Metafory užívané v médiích vycházejí z mnoha pojmových oblastí a konceptuálních schémat (například vertikálita nebo cesta či zdrojové oblasti vojenství, lékařství, sportu, křesťanství ad.). Přispívají ke konstituování jazykového obrazu světa, v jehož centru stojí člověk a který obsahuje soustavu hodnocení vyplývajících z celé dosavadní historické kontinuity daného jazyka. Jazykový obraz světa je tak dokladem kolektivní kulturní paměti a studnicí vědomostí a zkušeností našich předků, které jsou předávány dalším generacím.

6. SEZNAM LITERATURY

- ALPORT, G. W.: *O povaze předsudků*. Praha: Prostor, 2004
- AUSTIN, J. L.: *Jak udělat něco slovy*. Praha: Filosofia, 2000
- BARTMIŃSKI, J.: *Stereotypy mieszkają w języku*. Studia etnolingwistyczne. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2007
- BARTMIŃSKI, J. (eds.): *Językowy obraz świata*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 1990
- BEČKA, J. V.: *Slovník synonym a frazeologismů*. Praha: Vydavatelství Novinář, 1977
- ČERMÁK, F.: *Jazyk a jazykověda*. Praha: Karolinum, 2004
- ČERNÝ, J.: *Dějiny lingvistiky*. Olomouc: Votobia, 1996
- ČMEJRKOVÁ, S.: *Reklama v češtině, čeština v reklamě*. Praha: Leda, 2000
- ČMEJRKOVÁ, S., HOFFMANNOVÁ, J. (eds.): *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003
- DANEŠ, F. A KOL.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997
- DEFLEUR, M., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1996
- DOUBRAVOVÁ, J.: *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál, 2002
- FAFEJTA, M.: *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany: Jan Piszkiwicz, 2004
- GRÁC, J.: *Persuázia. Ovplyvňovanie človeka človekom*. Martin: Osvěta, 1988
- HAYESOVÁ, N.: *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál, 2007
- JANOUEŠEK, J.: *Sociální komunikace*. Praha: Svoboda, 1968
- KADLECOVÁ, K.: *Ženské časopisy pro pokročilé. Literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne*. Liberec: Nakladatelství Bor, 2006
- KOL. AUTORŮ: *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002
- KOL. AUTORŮ: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia, 2001
- KOMENSKÝ, J. A.: *Obecná porada o nápravě věcí lidských*. Praha: Svoboda, 1992
- KÖPLOVÁ, B., JIRÁK, J.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003
- LAKOFF, G., JOHNSON, M.: *Metafory, kterými žijeme*. Brno: Host, 2002
- LEHTONEN, J.: *Cultural stereotypes and intercultural communication*. In: Bartelt, G. (ed.): *The dynamics of language process*. Tübingen: Günter Narr Verlag, 1994
- MACHOVÁ, S. – ŠVEHLOVÁ, M.: *Sémantika & pragmatická lingvistika*. Praha: Univerzita Karlova, 2001
- NAKONEČNÝ, M.: *Encyklopedie obecné psychologie*. Praha: Academia, 1997

- PETRÁČKOVÁ, V., KRAUS, J. A KOL.: *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 2001
- OSVALDOVÁ, B. A KOL.: *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001
- OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. A KOL.: *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002
- REIFOVÁ, I. A KOL.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004
- SAUSSURE, F. de: *Kurz obecné lingvistiky*. Přel. F. Čermák. Praha: Academia, 1996
- SEDLÁKOVÁ, M.: *Vybrané kapitoly z kognitivní psychologie. Mentální reprezentace a mentální modely*. Praha: Grada, 2004
- STÖRIG, H. J.: *Malé dějiny filosofie*. Praha: Zvon, České katolické nakladatelství, 1993
- SZYMANEK, K., WIECZOREK, K., WÓJCIK, A.: *Umění argumentace. Úlohy na zkoumání argumentů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004
- ŠEBESTA, K.: *Od jazyka ke komunikaci. Didaktika českého jazyka a komunikační výchova*. Praha: Karolinum, 1999
- THAGARD, P.: *Úvod do kognitivní vědy. Mysl a myšlení*. Praha: Portál, 2001
- VAŇKOVÁ, I. A KOL.: *Co na srdci, to na jazyku. Kapitoly z kognitivní lingvistiky*. Praha: Karolinum, 2005
- VYBÍRAL, Z.: *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2002
- VODÁKOVÁ, A.: *Rod ženský*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003
- WIERZBICKA, A.: *Język – umysł – kultura. Wybór prac*. Ed. J. Bartmiński. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999

Další zdroje:

- MACOUNOVÁ, L.: *Stereotyp učitele a učitelky v češtině. Diplomová práce*. Praha: ÚČJTK FF UK, 2005
- NOVÁKOVÁ, V.: *Stereotyp vybraných povolání prizmatech kognitivní lingvistiky (zdravotní sestra, dělník, komíník). Písemná práce z jazyka, II. cyklus*. Praha: ÚČJTK FF UK, 2004

Internet:

- <http://mediasearch.newtonit.cz> – mediální archiv NEWTON
- <http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?y=mfdnes/otazky-a-odpovedi.htm> - Mladá fronta DNES (charakteristika, statistiky)
- www.vlp.cz – Pražský deník (charakteristika, statistiky)